

В.Г. Гуляев

ОРГАНИЗАЦИЯ  
**ТУРИСТСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

---

учебное пособие

НОЛДИКС  
Москва

МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

ГУЛЯЕВ В.Г.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(Учебное пособие)

НОЛИДЖ  
Москва  
1996

## ВЕДЕНИЕ

В настоящее время в России работает более 15 000 организаций, основной деятельностью которых является туризм, и более 35 000 - туризм в том числе.

С созданием новой рыночной инфраструктуры туризма успешно решаются вопросы пополнения государственного бюджета за счет туристской деятельности, демонополизации отрасли, стимулирования развития других отраслей народного хозяйства (торговли, транспорта, связи, производства товаров народного потребления), а также конституционных прав граждан на отдых.

Туризм - одна из динамично развивающихся отраслей России, хотя его государственная поддержка, как и других отраслей социальной сферы, производится по остаточному принципу.

В туристской индустрии с 1991 по 1996 год создано и сохранено около 600 тыс. рабочих мест.

По данным Всемирной туристской организации (ВТО) комплексное обслуживание одного туриста эквивалентно созданию 9 новых рабочих мест, стоимость создания которых в несколько раз ниже, по сравнению с другими отраслями народного хозяйства.

Примечательно и то, что среди вновь созданных туристских предприятий процент банкротства составляет всего около 0,5 %.

В 1995 году принята целевая федеральная программа "Развитие туризма в Российской Федерации", основным разделом которой является подготовка квалифицированных национальных кадров для туристской отрасли.

При написании книги были использованы публикации известных ученых и практиков в области туризма: Азара В.И., Байназарова Ю.К., Веденина Ю.А., Горбунова Е.А., Дмитриева Э.Г., Долматова Г.М., Дрогова И.А., Емельянова Б.В., Журдан Г.И., Зорина И.В., Ис-маева Д.К., Ильиной Е.Н., Квартальнова В.А., Мамедова А.А., Маршака В.З., Маринина М.М., Немоляевой М.Э., Путрика Ю.С., Преображенского В.С., Се-нина В.С., Хорошилова А.В., Филипповского Е.Е., Фролова Н.С., Уварова В.Д. и многих других.

Выход книги был бы невозможен без поддержки и практической помощи Мокия М.С., Сенина В.С., Квасовой Т.Б.

При подготовке рукописи к печати большая помощь была оказана Красовской Н.И.

Автор выражает всем им большую признательность.

## 1. КРАТКИЙ ЭКСКУРС В ИСТОРИЮ ТУРИЗМА

Первое массовое туристское путешествие состоялось более 150 лет тому назад в Англии, когда в 1841 году предприниматель Томас Кук осуществил перевозку 600 человек с целью прогулки на железнодорожном составе. В 1845 году им же было организовано путешествие в г. Ливерпуль с проведением там экскурсии.

В 1847 г. Томас Кук организовал туристское общество, которое стало распространять билеты (путевки) не только в Англии, но и за ее пределами.

В 1863 году Куком было организовано большое путешествие англичан в Швейцарию, а в 1868 - в Северную Америку.

В 1882 году он организовал первое кругосветное туристское путешествие.

Томас Кук впервые создал специфический туристский продукт - тур, заключая договора с железнодорожными и пароходными компаниями, гостиницами и ресторанами на обслуживание туристов. Он же впервые стал систематически изучать спрос на туристские услуги, заложив основы туристского маркетинга. В те годы туристские компании обслуживали, в основном, богатые слои населения, ибо туристские услуги стоили достаточно дорого.

В связи с развитием международных курортов в Германии, Швейцарии, Франции, Италии, Чехословакии - эти страны наряду с Англией становятся международными центрами туризма в Европе.

Значительную роль в развитии туризма сыграли новые географические открытия, путешествия мореплавателей, освоение Американского, Африканского и Австралийского континентов.

Первые экскурсии проводились еще в XVII веке для учащихся школ закрепления учебного материала. Великий просветитель древности Платон в своей знаменитой Академии считал нормой образования беседы в пути, обучение в режиме прогулки.

Прародителем краеведения и экскурсий в России считается сам император Петр Великий, который любил лично водить делегации иностранных гостей по Санкт-Петербургу.

В 1786 году с рекламной целью была совершена массовая экскурсия на гору Монблан в Альпах, отчего участники дальнейших восхождений стали называть себя альпинистами.

В 1875 г. в Лозанне (Швейцария) был создан первый альпинистский клуб, в котором готовили проводников горных походов, спасателей. На средства членов клуба строились хижины и приюты на пути к вершинам гор.

Первый альпинистский клуб в России был создан в 1877 году в Тифлисе при Кавказском обществе естествознания, а в 1900 году в России было образовано Русское горное общество.

С 1889 года в России издается журнал "Русский турист", который был закрыт в 1917 году.

В 1890 году создается Крымский горный клуб, который, объединившись с Кавказским, стал называться Крымско-Кавказским горным клубом с центром в г. Одессе и филиалами в Ялте, Севастополе, Екатеринославе, Гаграх, Баку, Феодосии и других городах России. При этом клубе было создано экскурсионное бюро.

Первые экскурсии школьников были проведены в 1870 году с учениками Александровской школы в Тифлисе.

Первой русской туристской организацией было общество велосипедистов-туристов ("Русский турингклуб"), созданное в 1885 году в Петербурге. Устав клуба был утвержден товарищем министра внутренних дел России Шебеко Н.И. У этого клуба были филиалы в Киеве, Москве, Харькове, Тобольске, Риге и Благовещенске.

На базе этого клуба в 1895 году в России было создано Российское общество туристов, которое ставило своей целью организации путешествий внутри страны и за рубежом. Данное общество впервые провело путешествие паломников к святым местам. При обществе была комиссия по организации экскурсий для школьников по России. В 1911 году правление общества переезжает в Москву. К 1914 году в обществе насчитывалось около 5000 членов.

Оно просуществовало до 1928 года и было ликвидировано, а в 1929 году создается общество пролетарского туризма, которое в 1930 году преобразовалось в Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий, куда входили такие акционерные общества как "Советский турист", "Украинское межпаевое экскурсионное товарищество", "Турист Грузии". В 1929 году было создано Всесоюзное акционер-общество "Интурист" с отделениями и представительствами во многих городах СССР и за рубежом. В 1936 году руководство внутренним туризмом поручается профсоюзам в лице ВЦСПС, в котором было образовано Центральное туристско-экскурсионное управление с отделениями в республиках и городах страны.

В 1962 году это Управление преобразовано в Центральный Совет по туризму, а в 1969 году - Центральный совет по туризму и экскурсиям.

Организация молодежного туризма была поручена ИЖКСМ, который в 1958 году создает свою туристскую структуру - Бюро международного молодежного туризма "Спутник".

Организацией детского туризма занималась созданная еще в 1918 году и преобразованная в 1932 году Центральная детская экскурсионно-туристская станция. Движение самодеятельного туризма было подчинено Всесоюзному добровольному спортивному обществу союзов и Центральному туристскому клубу. Свою туристскую структуру создало также Министерство обороны и ряд других министерств и ведомств. В настоящее время бывшие монополисты туризма "Интурист", "Спутник", Центральный Совет по туризму и экскурсиям преобразовались в акционерные общества и холдинг-компании, а координацию туризма в России взял на себя Государственный комитет по физкультуре и туризму.

Таким образом, развитие массового туризма советского периода можно условно подразделить на 4 этапа:

- с 1917г. по 1929 год - в рамках бывшего Российского общества туристов;
- с 1930г. по 1936 год - в рамках Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий;
- с 1936г. по 1969 год - в рамках ВЦСПС;
- с 1969г. по 1991 год - в рамках Центрального Совета по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ).

История туризма зарубежных стран связана с интенсивным формированием и развитием туристско-рекреационных ресурсов. Страны, обладающие такими ресурсами (Швейцария, Австрия, Италия, Франция, Португалия, Испания, Чехословакия, США, Великобритания) сориентировали свою экономику на индустрию туризма. В послевоенный период в этих странах была восстановлена и многократно увеличена техническая база индустрии туризма. Если в бывшем СССР к 1990 году суммарное число мест размещения составляло 327 тысяч, то в данных странах их было в несколько десятков раз больше.

## **2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

### **2.1 Экономика туристской отрасли.**

С экономической точки зрения привлекательность туризма как составной части услуг - в более быстрой окупаемости вложенных средств и получении дохода в свободно конвертируемой валюте.

Туристский бизнес - одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства, на которую приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% суммарных капитальных вложений, 11% мировых потребительских расходов и 5% всех налоговых поступлений. К 1995 году каждое 16-е рабочее место в мире приходилось на туризм.

На долю международного туризма приходится около 7% мирового экспорта. В

абсолютном выражении это уступает только доходам от экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей.

Рост туристской активности (по данным Всемирной туристской организации - ВТО), измеряемый в численности прибытия туристов в другие страны, и доходов от их обслуживания (в процентах), представлен в таблице 1.

Таблица 1.

Период	Рост числа прибытий туристов, %	Рост доходов от обслуживания туристов, %
1990-1995 гг.	2,5	3,0
1995-2000 гг.*	4,0	5,0
2000-2010 гг.*	3,0	4,0

\* – прогноз

При этом косвенное влияние туризма на экономику и равно ее прямому результату. С учетом данных досылок, удельный вес туризма в создании мирового валового национального продукта по прогнозам ВТО играет 11-12%.

Туристский бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д.

Данный бизнес привлекает предпринимателей по многим причинам: небольшие стартовые инвестиции, растущий спрос на туристские услуги, высокий уровень рентабельности и минимальный срок окупаемости затрат.

В ряде зарубежных стран туризм является одной из самых приоритетных отраслей, вклад в валовый национальный доход которых составляет 15-35% (Венгрия, Чехия, Австрия, Швейцария, Италия, Франция, Испания, Португалия).

Испанию посетило в 1995 году более 70 млн. туристов, что намного больше собственного населения страны. Италия получила от туризма в 1995 году более 25 млрд. долларов. Граждане Германии в 1994 году совершили рекордное число туристских поездок за рубеж - 65 миллионов (США - 47 миллионов).

В туристской индустрии динамика роста объемов предоставляемых услуг приводит к увеличению числа рабочих мест намного быстрее, чем в других отраслях. Временной промежуток между ростом спроса на туристские услуги и появлением новых рабочих мест в туристском бизнесе минимальный.

Россия теряет миллиарды рублей, отказывая туризму в поддержке, кроме того, теряются сотни тысяч потенциальных рабочих мест (для обслуживания одного иностранного туриста требуется 9 человек).

В настоящее время на туристском рынке России работают более 15 000 фирм, основной деятельностью которых является туризм, и более 35 000 - туризм в том числе.

Несмотря на продолжающийся туристский бум в России, влияние индустрии туризма на экономику страны пока незначительно. Оно адекватно вкладу государства в развитие данной отрасли и сдерживается, в основном, отсутствием реальных инвестиций, низким уровнем гостиничного сервиса, недостаточным количеством гостиничных мест, дефицитом квалифицированных кадров.

По самым оптимистическим подсчетам в российской индустрии туризма занят лишь один работник из 300, что в 30 раз ниже аналогичного мирового показателя.

Неразвитость туристской инфраструктуры, невысокое качество сервиса, устойчивый миф о России, как о зоне повышенного риска привели к тому, что в настоящее время на нашу страну приходится менее 1% мирового туристского потока.

В 1994 году дефицит платежного баланса туристской отрасли России составил около 8 млрд. долларов, г.б. прибыль от въездного туризма 4 млрд. долларов не покрыла вывезенных

туристами 12 млрд. долларов.

В 1995 - 1996 годах экономика отечественного туризма постепенно стабилизируется. Меняется и отношение государства к туризму.

В 1995 году принят Указ Президента РФ "О реорганизации и развитии туризма в Российской Федерации". Всемирная поддержка туризма становится приоритетной задачей государства.

Разработана федеральная целевая программа "Развитие туризма в Российской Федерации", а также создана Национальная туристская корпорация.

Разработан и внесен на рассмотрение Государственной Думы проект закона Российской Федерации "О туризме".

В рамках стран СНГ принят законодательный акт "Об основных принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области туризма".

Ощутимую помощь в становлении и развитии туризма в Москве оказывает правительство столицы. При участии правительства и ведущих туристских фирм разработана "Концепция развития международного туризма в Москве до 2005 года".

Если к настоящему времени Москва обладает 45 тыс. мест для приема иностранных туристов, то в соответствии с данной концепцией к 2005 году потребуется строительство еще 38 тыс. гостиничных мест. Капитальные затраты на строительство определены в 2,7 млрд. долларов, на реконструкцию существующих гостиничных мест - 3,2 млрд. долларов.

В качестве источников финансирования данных затрат будут использованы валютные отчисления от гостиничных предприятий в бюджет города, дивиденды, налог на проживание иностранных граждан, средства от приватизации и другие источники. Исходя из разработанной концепции, стратегия развития туризма в Москве должна предусматривать комплексный подход, увязывающий различные компоненты туристской индустрии и ее инфраструктуры. Предусматривается разработка единого плана капиталовложений в инфраструктуру туризма, а также строительство гостиничных мест.

Концепцией предусматривается разработка:

- программы развития гостиничной базы города;
- специальных программ развития отдельных видов туризма (делового, конгрессного, культурно-познавательного, туризма по интересам и др.);
- программы благоустройства Москвы и ее окрестностей с учетом перспектив развития туризма;
- программы развития инфраструктуры (сеть автомагистралей, станции технического обслуживания, заправочные станции, аэропорты, коммунальное обслуживание, индустрия развлечений: казино, рестораны, варьете и т.д.);
- программы профессиональной подготовки кадров для сферы туризма;
- программы разработки и внедрения комплексной компьютерной информационной системы.

Главным условием реализации данной концепции является активная роль государства в поддержке туристского бизнеса.

По прогнозам, в ближайшие 10-15 лет туризм мог бы оказать значительное позитивное влияние на экономику страны и ее крупных городов. К 2005 году число прибытий иностранных туристов в Москву может достичь 10,6 млн. человек, валютные поступления при этом могли бы составить 2,4 млрд. долларов.

Таким образом, туризм, являясь выгодной отраслью экономики, может стать при соответствующих условиях важнейшей статьей валового национального дохода России.

## **2.2 Статистика въездного и выездного туризма в России.**

Развитие туризма в России должно строиться на разумном балансе различных видов

туризма с приоритетным развитием внутреннего и въездного туризма. Анализ направлений потоков на туристском рынке в 1995 году свидетельствует о значительном преобладании выездного туризма. Въездной туризм увеличился, в основном, за счет стран СНГ, а внутренний туризм пока переживает кризис.

### 2.2.1 Выезд российских граждан за рубеж.

По официальным данным Госкомстата РФ в 1995 году выехало за границу 21 млн.331,3 тыс. российских граждан, что в два раза больше по сравнению с 1994 годом.

По целям поездок выездной туризм распределился следующим образом (табл.2):

Таблица 2

Цели поездок	Количество, тыс. чел.	Удельный вес, %	Удельный вес по целям в 1994 г., %
Служебные	3 249,4	15,2	24,3
Туризм	2 606,5	12,2	25,0
Частные поездки	13 802,9	64,7	36,9
Транзит и обслуживание транспорта	1 672,5	7,9	13,8
Всего	21 331,3	100	100

Основные страны выезда со служебной целью (тыс. человек):

Украина	–	809,6;
Литва	–	298,2;
Таджикистан	–	223,7;
Финляндия	–	190,0;
Грузия	–	180,5;
Германия	–	177,5;
США	–	92,0;
Монголия	–	78,6.

Наибольший рост служебных поездок отмечался в Грузию (в 81,4 раза), Украину (в 26,3 раза), Таджикистан (в 6,6 раза).

По выезду российских граждан с целью туризма лидируют следующие страны (тыс. человек):

Турция	–	538,0;
Польша	–	384,6;
Китай	–	238,9;
Финляндия	–	223,1;
ОАЭ	–	162,9;
Литва	–	114,0;
Испания	–	93,8;
Греция	–	92,4;
Италия	–	74,0;
Болгария	–	66,1.

С частной поездкой граждане России выезжали в такие основные страны (тыс. человек):

Украина	–	5 109,3;
Молдова	–	2 471,8;

Эстония	–	1 699,7;
Грузия	–	770,5;
Азербайджан	–	530,7;
Литва	–	508,8.

Транзитный поток по выезду распределился следующим образом (тыс. человек):

Япония	–	127,1;
Финляндия	–	123,0;
Турция	–	112,1;
Германия	–	82,2;
Китай	–	60,4.

В 1995 году российские граждане выезжали в основном в страны СНГ (60,6%).

Структура выезда граждан России по основным странам ближнего зарубежья представлена в табл. 3.

Таблица 3

Страны ближнего зарубежья	Число выезжавших (тыс. человек)
Украина	6 245,9
Молдова	2 608,7
Эстония	1 751,8
Литва	1 080,9
Грузия	977,1
Азербайджан	613,7
Армения	542,7
Таджикистан	483,9

В страны ближнего зарубежья в основном выезжали с частной целью (84,1%).

Структура выезда российских граждан в 10 приоритетных по рейтингу стран дальнего зарубежья представлена в табл.4.

Таблица 4

Место по выезду в 1995 году	Страна выезда	Число выезжавших (тыс. человек):		
		1995г.	1994г.	1993г.
1	Турция	764,1	831,7	270,8
2	Финляндия	640,9	374,0	307,6
3	Польша	478,7	405,7	262,2
4	Германия	442,2	498,4	664,5
5	Китай	342,9	587,5	776,9
6	ОАЭ	210,8	211,9	286,1
7	США	164,9	280,9	132,4
8	Япония	151,9	159,9	119,9
9	Италия	145,1	125,2	155,4
10	Монголия	142,2	291,1	490,8

В основные страны традиционного туризма (США, Великобритания, Германия, Франция, Япония и др.) туристский поток по сравнению с 1994 годом сократился на 3,8%, кроме Италии, где он вырос на 15,9%.

## 2.2.2 Прибытие иностранных туристов в Россию в 1995 году.

По данным Госкомстата РФ в 1995 году в России побывало 10 млн.290 тыс. иностранных граждан, что в 2,2 раза больше, чем в 1994 году. Из них из стран дальнего зарубежья прибыло 4 млн.506,5 тыс. человек (43,8%), из стран СНГ - 4 млн.979,3 тыс. человек (48,4%), из стран Балтии - 804,3 тыс. человек (7,8%).

Рост прибытий в 1995 составил:

- из стран дальнего зарубежья – 1,7 раза;
- из стран СНГ – 3,7 раза;
- из стран Балтии – 1,3 раза.

Структура поездок в Россию иностранных граждан по целям поездки выглядит следующим образом:

- служебные – 2 899,0 тыс. человек (28,2%);
- туризм – 1 837,0 тыс. человек (17,9%);
- частные – 3 903,1 тыс. человек (37,9%);
- транзит и обслуживание транспорта 1 651,1 тыс. человек (16,0%).

В 1995 году по сравнению с 1994 годом с целью туризма Россию посетило в 1,9 раза больше из стран дальнего зарубежья, в 10,3 раза - из стран СНГ и в 3,3 раза - из стран Балтии.

Основными странами по въездному туризму в 1995 являлись:

- Украина – 2 031,3 тыс. человек;
- Финляндия – 1 276,3 тыс. человек;
- Беларусь – 1 178,2 тыс. человек;
- Польша – 666,1 тыс. человек;
- Грузия – 521,0 тыс. человек;
- Литва – 440,7 тыс. человек;
- Китай – 390,5 тыс. человек;
- Армения – 330,3 тыс. человек;
- Германия – 322,7 тыс. человек;
- Азербайджан – 285,5 тыс. человек.

По видам транспорта поток туристов в Россию распределился следующим образом:

- воздушный транспорт – 2 039,5 тыс. человек (19,8%);
- автомобильный – 4 600,4 тыс. человек (44,7%);
- железнодорожный – 2 611,2 тыс. человек (25,4%);
- водный – 537,7 тыс. человек (5,2%);
- пешком – 501,4 тыс. человек (4,9%).

Исходя из изложенного, следует, что в целом туризм в России (за исключением внутреннего) имеет положительную тенденцию своего развития.

## 3. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ И ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ

Реализация туристского бизнеса в условиях рынка может быть осуществлена при наличии четырех основных составляющих:

- капитала;
- технологии;
- кадров;
- туристских ресурсов.

Это означает, что недостаточно имея капитал, купить технологию, нанять кадровую команду и заниматься туризмом. Для этого необходимо выбрать место, где имеются туристско-рекреационные ресурсы, а если такого места нет, то создать его. Это одна из специфических особенностей туристского бизнеса в условиях рынка. Так как четвертая составляющая - туристские ресурсы - является наиболее дешевой (в России нет федерального налога на туристские ресурсы), то в целом это определяет высокую рентабельность туристского бизнеса. Если туризм связан с созданием туристского ресурса (а не потреблением имеющегося), то себестоимость туристского продукта резко возрастает.

Под ресурсами в широком смысле этого слова понимают:

- экономические;
- природные;
- культурно-исторические;
- трудовые;
- финансовые;
- социальные;
- производственные.

Под туристскими ресурсами понимают совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта. Как правило, туристские ресурсы определяют формирование туристского бизнеса в том или ином регионе.

Туристские ресурсы имеют следующие основные свойства:

- аттрактивность (привлекательность);
- климатические условия;
- доступность;
- степень изученности;
- экскурсионная значимость;
- пейзажные и видеозоологические характеристики;
- социально-демографические характеристики;
- потенциальный запас;
- способ использования и др.

Данные ресурсы используются в оздоровительных, туристских, спортивных и познавательных целях.

Туристские ресурсы условно можно подразделить на две группы:

- природные;
- инфраструктурные.

Динамическое развитие туристского бизнеса требует наличия обеих групп. Даже при высоких аттрактивных свойствах природных ресурсов без наличия коммуникаций, средств связи, коммунальной инфраструктуры, просветительных учреждений, памятников культуры, искусства и др. – туристский бизнес для широкого круга потребителей невозможен.

Несмотря на свою социально-гуманную роль туризм видоизменяет экологию. Снижение ущерба индустрии туризма на экологию регулируется на государственном и международном уровнях за счет:

- экологического просвещения;
- ограничения туристско-рекреационной нагрузки на природные ресурсы;
- налогового регулирования и т.д.

Интенсивное неконтролируемое посещение туристами уникальных термальных источников на Камчатке привело к изменению их температурного баланса, а в ряде случаев и к прекращению фонтанирования некоторых из них.

К сожалению, в России благоприятные туристско-рекреационные ресурсы занимают менее 10 % ее территории, при этом ресурсы Европейской части России значительно истощены и требуют много лет для их воспроизводства.

Туристское природопользование связано с понятием рекреационной системы, состоящей из ряда подсистем: турист, природный комплекс, инфраструктура, персонал, органы управления и др.

Для сохранения и воспроизводства туристских ресурсов в рамках рекреационной системы вся территория

России распределена на туристские экономические районы и зоны потенциального развития туризма федерального значения - табл.5, 6.

Таблица 5.

Распределение туристского потенциала России по экономическим районам

Экономические районы	Емкость рекреационно-познавательных ресурсов		Емкость природно-рекреационных ресурсов		Вместимость существующей материальной базы туризма	
	млн. чел./ дн. в год	%	млн. чел./ дн. в год	%	тыс. мест	%
1. Северный	8,1	3,1	27,3	8,0	49,6	4,0
2. Сев.- Западный	42,1	15,9	15,6	4,6	92,9	7,8
3. Прибалтийский (Калининградская обл.)	1,8	0,7	2,6	0,8	14,6	1,2
4. Центральный	102,0	38,5	38,0	11,3	291,9	24,4
5. Волго-Вятский	13,6	5,1	13,7	4,0	54,0	4,5
6. Центрально-Черноземный	13,8	5,2	2,5	0,7	36,6	3,1
7. Поволжский	14,4	5,4	23,5	7,0	100,9	8,4
8. Северо-Кавказский	36,5	13,8	55,2	16,4	211,7	17,7
9. Уральский	10,3	3,9	30,2	9,0	123,4	10,3
10. Западно-Сибирский	9,7	3,6	24,4	7,2	91,9	7,7
11. Восточно-Сибирский	8,6	3,2	47,9	14,2	64,2	5,4
12. Дальневосточный	4,4	1,7	55,6	16,5	66,2	5,5
Итого:	205,3	100,0	336,5	100,0	1198,0	100,0

Указанные данные не учитывают места в общежитиях, пионерских лагерях, частном секторе и на теплоходах.

Таблица 6.

Перечень основных туристских и курортных зон федерального значения

Зоны развития туризма федерального значения	Специализация по видам туризма	Города и районы, рекомендуемые для развития туризма
1. Север (Баренцево море, Белое море, Архангельская, Вологодская, Мурманская области, республика Карелия)	Познавательный и экологический, круизы, охота, рыбная ловля, горные лыжи, походы, паломничество	Архангельск, Соловки, Вологда, Волго-Балтийский канал, Петрозаводск, Кижы, Валаам, Хибиньы, Сортавала

2. Северо-Запад (Санкт-Петербург, Ленинградская, Псковская, Новгородская области)	Познавательный, деловой и конгресс-туризм, отдых, круизы, автотуризм	Санкт-Петербург, Выборг, Ломоносов, Павловск, Петродворец, Пушкин, Новгород, Старая Русса, Валдай, Псков, Печоры, Пушкинские горы
3. Балтийское побережье (Калининградская область)	Деловой туризм, круизы, отдых с лечением	Калининград, Зеленоград, Светлогорск, Рыбачье
4. Москва и Московская область	Познавательный, деловой, конгресс-туризм и автомобильный туризм	Москва, Верея, Сергиев Посад, Звенигород, Коломна, Истра, Руза
5. Золотое кольцо древних русских городов (Владимирская, Ивановская, Костромская, Ярославская и Тверская области)	Познавательный и деловой туризм, отдых с лечением и отдых без активных способов передвижения, круизы, автотуризм	Кострома, Ярославль, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Тутаев, Углич, В. Волочек, Тверь, Осташков, оз. Селигер, Торжок
6. Поволжье (Нижегородская, Астраханская, Волгоградская, Самарская, Ульяновская области, республики Чувашия и Татарстан)	Познавательный и деловой туризм, отдых с лечением и отдых без активных способов передвижения, круизы, рыбная ловля	Нижний Новгород, Б. Болдино, Астрахань
7. Северный Кавказ:		
7.1. Каспийское побережье (республика Дагестан)	Отдых без активных способов передвижения, познавательный туризм	Дербент
7.2. Черноморское и Азовское побережья (Краснодарский край республика Адыгея, Ростовская область)	Отдых без активных способов передвижения, лечение, познавательный туризм	Анапа, Ейск, Сочи, Геленджик, Азов
7.3. Кавказские Минеральные воды	Отдых с лечением, отдых без активных способов передвижения	Кисловодск, Пятигорск, Железноводск, Минводы
7.4. Республика Кабардино-Балкария	Горные лыжи, отдых	Домбай
8. Сибирь		
8.1. Горный Алтай (Алтайский край)	Отдых без активных способов передвижения, отдых с лечением, горные лыжи, экотуризм, походы	Телецкое озеро, курорт Белокуриха
8.2. Горная Шория (Кемеровская область)	Отдых, лечение, походы, горные лыжи, экотуризм, отдых без активных способов передвижения	Междуреченск, Таштагол

8.3. Байкал (Иркутская, Читинская области, республика Бурятия)	Многофункциональные зоны	Иркутск, оз. Байкал, Улан-Уде, Кяхта
8.4. Якутия	Познавательный и деловой туризм, экотуризм	Якутск, река Лена
9. Дальний Восток		
9.3. Приморье (Приморский край)	Многофункциональная зона	Владивосток, Находка
9.4. Сахалин, Курилы	Отдых, лечение, познавательный и деловой туризм, охота, рыбная ловля, экотуризм, отдых без активных способов передвижения	Анивский залив, Курилы
9.5. Камчатка, Командоры (Камчатская область)	Экотуризм, охота, походы	Петропавловск-Камчатский, Долина гейзеров, Командорские острова

С точки зрения материальной базы и, в частности, обеспеченности средствами размещения, все эти регионы можно разделить на три категории: с относительно высоким, средним и низким уровнем развития туристской инфраструктуры по сравнению с общим уровнем ее развития в Российской Федерации.

К первому уровню относятся часть Северо-Западного региона, Москва и Московская область, Черноморское и Азовское побережья, Кавминводы.

Ко второму уровню относятся часть Северо-Западного региона, Балтийское побережье, Золотое кольцо древних русских городов, Поволжье и Северный Кавказ.

К третьему уровню относятся Север, Горный Алтай, Горная Шория, Байкал, Якутия, Приморье, Сахалин, Курилы, Камчатка.

Данное районирование и прогнозирование емкости туристских ресурсов России было положено в основу разработки целевой федеральной программы: "Развитие туризма в Российской Федерации", ориентированной на среднесрочную (1995-1997 г.г.) и долгосрочную (до 2005 г.) перспективы.

Таким образом, туристские ресурсы рассматриваются как один из факторов развития туризма и исходный базис для планирования производства туристского продукта.

Как видно из таблиц 5 и 6, туристский потенциал России формируется из двух составляющих: рекреационно-познавательных и природно-рекреационных ресурсов и выражается в млн. чел. дней пребывания туристов в данном регионе в год.

Зоны развития туризма федерального значения в соответствии с табл. 6 специализированы по видам туризма, а также городам, районам и регионам, рекомендуемым для его развития.

В соответствии с картой туристских ресурсов производится подробная паспортизация зон перспективного развития туризма. Цель зонирования территорий и их паспортизация - определение предельно допустимой туристской нагрузки на данную территорию с учетом ее полного воспроизводства и экологической защиты. Диаграмма нагрузки чел/км<sup>2</sup> определяется для каждой зоны по месяцам. На основании полученных данных готовятся предложения по временному ограничению, запрещению и использованию туристских ресурсов данной зоны без ограничений.

Такие рекомендации или законодательные акты федеральных или местных органов власти закладываются в основу при планировании туристской деятельности и разработке туристских маршрутов.

В ряде регионов России для воспроизводства данных ресурсов введен местный налог. Ограничения или запрещения по использованию туристско-рекреационных ресурсов

действуют для уникальных природных заповедников, заказников, природно-ландшафтных комплексов и др. Аналогичная практика существует во всех развитых странах, в том числе, где туризм является основной статьей национального дохода.

## **5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СХЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ**

Построение организационной схемы управления зависит:

- от организационно-правовой формы предприятия, в которой оно зарегистрировано в органах юстиции (общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, общество с дополнительной ответственностью, производственный кооператив, индивидуальный предприниматель и т.д.);
- от вида предприятия (бюро путешествий и экскурсий, бюро реализации, туристское агентство, информационно-рекламное агентство, туристское автопредприятие и др.);
- от размера предприятия (индивидуальный предприниматель, семейное предприятие, малое предприятие и т.д.);
- от технологии производства туристского продукта;
- от формы собственности (частная, кооперативная, государственная, общественная и др.);
- от других факторов.

В основу построения организационных схем управления положены принципы:

- достаточная целесообразность;
- гибкость;
- минимальное число звеньев;
- минимизация персонала;
- высокая квалификация персонала;
- минимизация накладных расходов и др.

Универсальных рекомендаций по построению структур управления для предприятий туристской отрасли нет. Сформировалась определенная типология таких структур с учетом вышеприведенных факторов и практики менеджмента.

Для частного предприятия в форме индивидуального (семейного) предпринимательства такая структура максимально упрощена. Как правило, здесь "хозяин" предприятия выполняет функцию туроператора и турагента. В связи с упрощенным порядком бухгалтерского учета и отчетности для малых предприятий можно воспользоваться услугами привлекаемого бухгалтера и аудита.

Реализация тура производится наемными по трудовым соглашениям или контрактам экскурсоводами, гидами, турсопровождающими, не состоящими в штате. Таким образом, вся организационная структура состоит из одного звена в лице производителя и реализатора туристского продукта.

Для туристского бюро путешествий и экскурсий численностью до 50 человек можно рекомендовать организационную структуру управления, представленную на рис.2.

Типовая организационная схема туристского автотранспортного предприятия АТП представлена на рис.3.

В ряде регионов и областей сохранилась централизованная система управления предприятиями. Это характерно для профсоюзного туризма, где имеются либо Советы по туризму и экскурсиям, либо туристско-экскурсионные производственные объединения (ТЭПО), рис.4.

Туристские предприятия в форме акционерных обществ формируют свою организационную структуру в соответствии с Уставом акционерного общества и с учетом

вышеперечисленных факторов, ее определяющих, рис.5. Здесь вся туристская деятельность реализуется практически в двух комплексных дирекциях: внутреннего и международного туризма. Остальные структуры - обеспечивают их.

Бывшее предприятие ВАО "Интурист" преобразовалось в холдинговую компанию с дочерними предприятиями в регионах и представительствами за рубежом.

Аналогичные преобразования претерпело и предприятие Бюро международного молодежного туризма "Спутник". Учредителями данных холдинговых компаний выступили: государство (с контрольным пакетом акций), трудовые коллективы предприятий, зарубежные компании, банки, городские власти и др.

Организационная структура предприятия может неоднократно изменяться в зависимости от конкретной ситуации, т.е. организационная структура должна быть всегда адекватной поставленной цели.

В настоящее время организационные структуры управления туристскими предприятиями приводятся в соответствие с организационно-правовыми формами согласно Гражданскому кодексу Российской Федерации.



Рис. 2. Организационная структура бюро путешествий и экскурсий

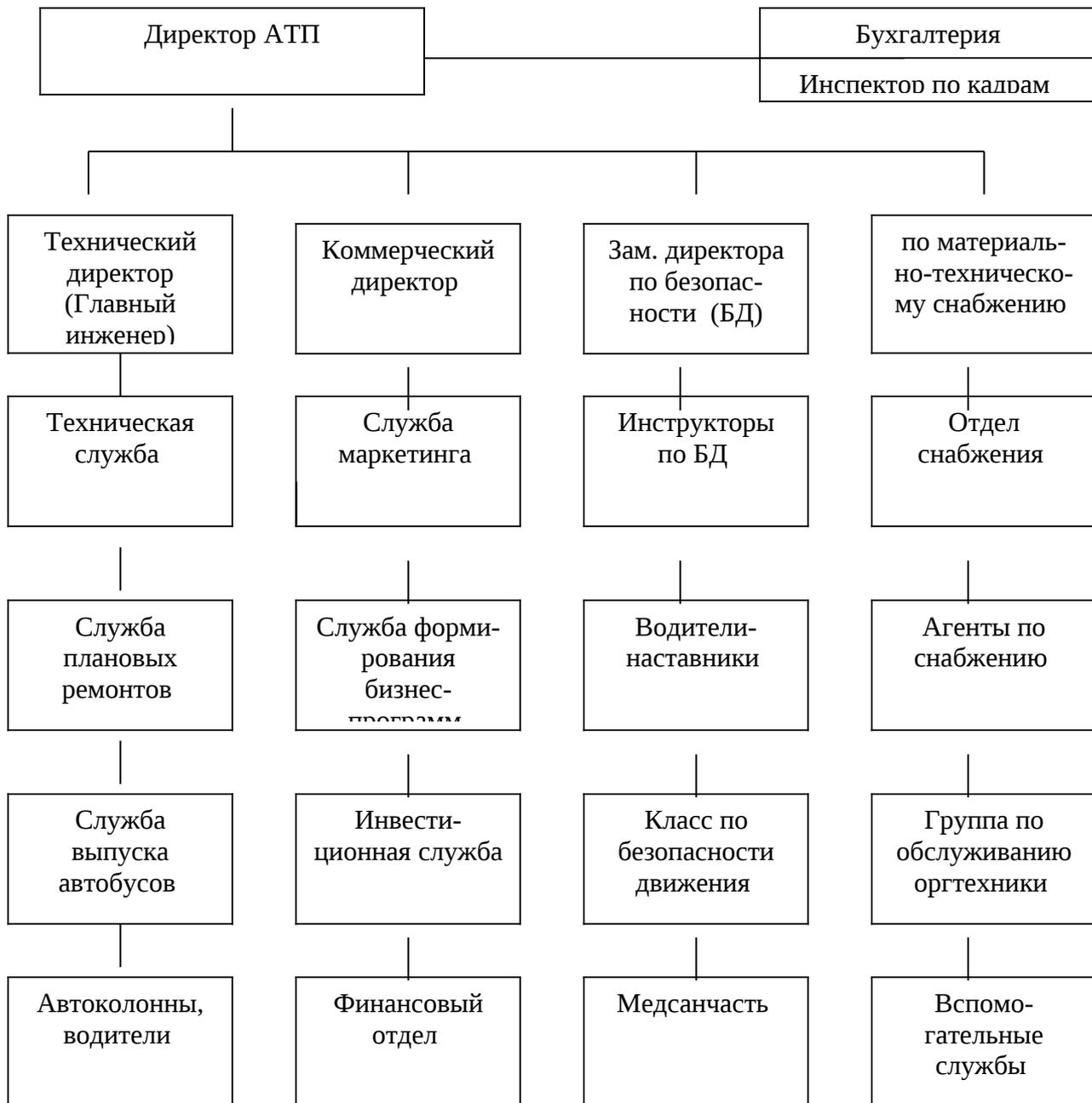


Рис. 3. Структура туристского автотранспортного предприятия

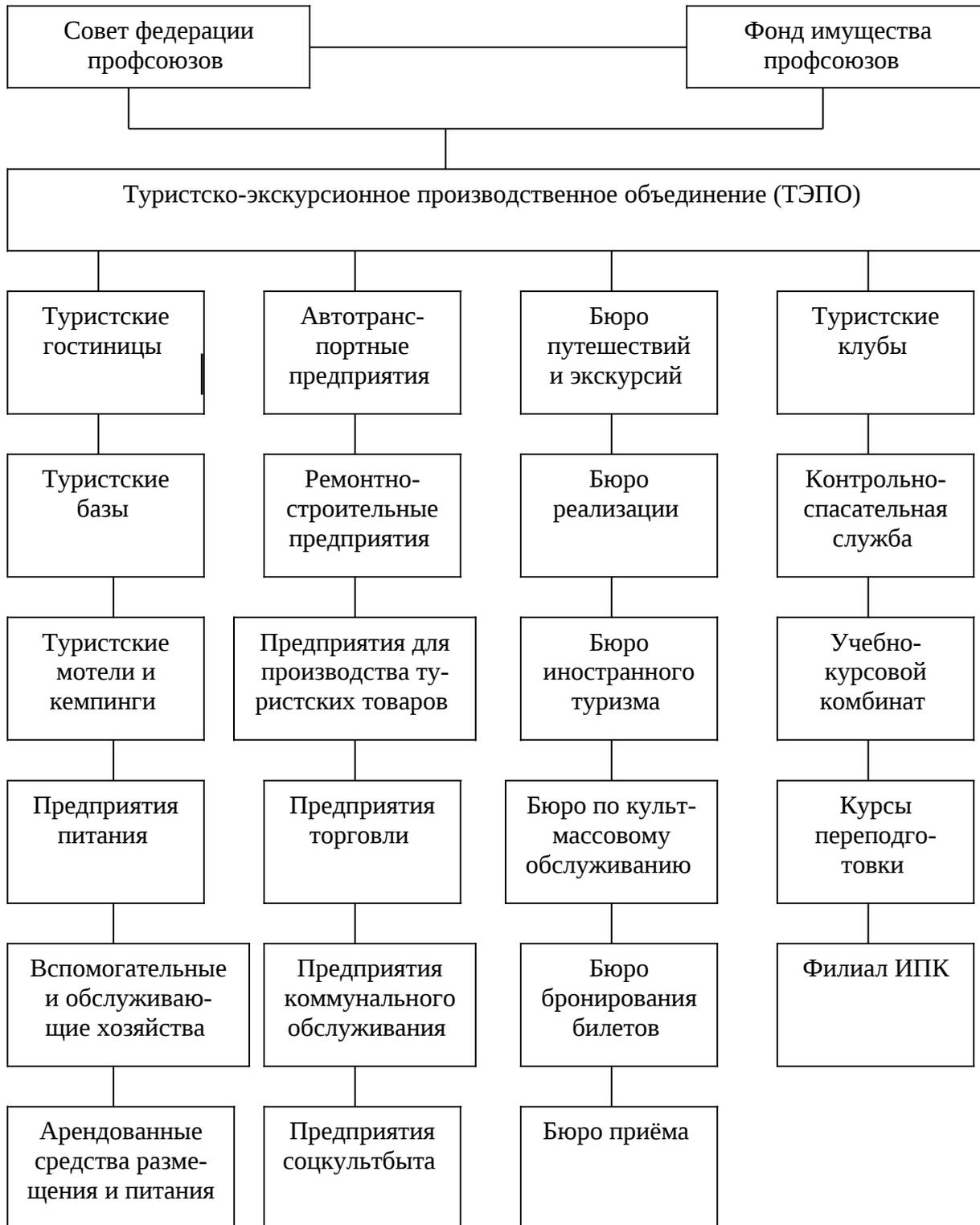


Рис. 4. Структура туристско-экскурсионного производственного объединения

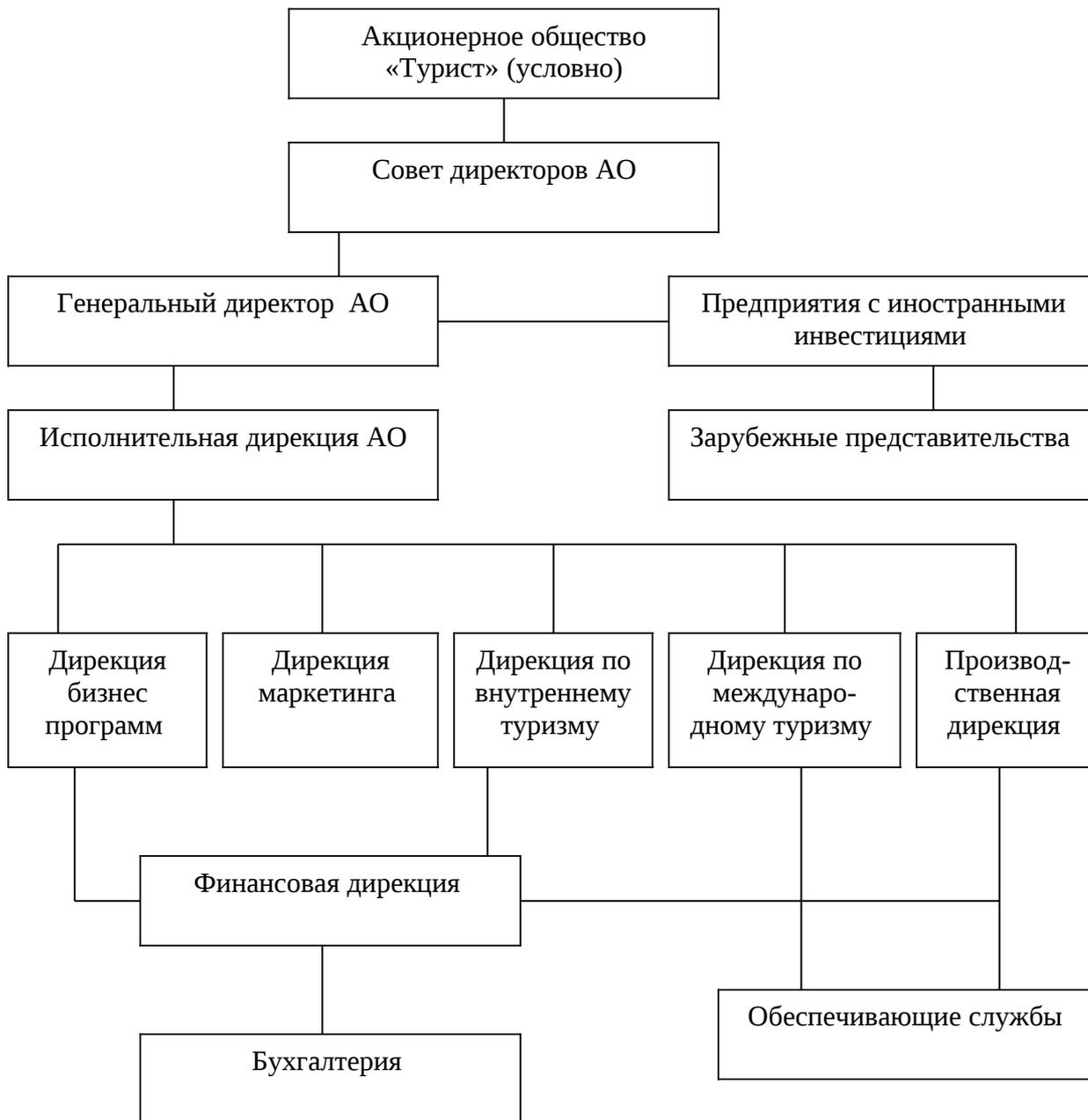


Рис. 5. Организационная структура туристского акционерного предприятия



Рис. 7. этапы разработки и утверждения туристского маршрута

#### 7.4 Порядок формирования и реализации туров.

После процедуры разработки и утверждения маршрута приступают к формированию тура. Различают два основных вида тура:

- **пэкидж-тур**, т.е. комплексная туристская услуга, включающая в себя: размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные,

физкультурные, медицинские и прочие услуги;

- **инклюзив-тур**, т.е. отдельные туристские услуги: питание, размещение, экскурсионное обслуживание, транспорт (по выбору).

На практике большей популярностью пользуется инклюзивный тур, где турист заказывает минимально-достаточный набор основных услуг, покупая дополнительные услуги по необходимости. Это расширяет возможности планирования собственного времени туристу и в ряде случаев удешевляет путевку.

Дополнением при формировании туров являются товары туристского назначения, т.е. тур - это совокупный продукт, состоящий из услуги и товара.

Сформированный на основании маршрута и конкретного спроса тур не может сразу стать товарным продуктом для продажи. Для этого следует выполнить ряд этапов:

- формирование тура;
- экспериментальное внедрение;
- реклама и презентация тура;
- продажа тура.

Этап формирования тура включает в себя "сборку" ряда услуг и товаров в одну "оболочку", называемую туром. Кроме механического составления такого набора формирование тура предусматривает и его технико-экономическое обоснование, ибо низкорентабельный тур в конечном итоге является несостоятельным. Таким образом, формирование тура имеет две границы: верхняя – максимально привлекательный пакет услуг и товаров; нижняя – экономическая эффективность, влияющая на его цену.

Если тур "проходит" по данным критериям, необходимо его экспериментальное внедрение. Оно может быть совмещено с рекламным бесплатным (или льготным) круизом, автобусным путешествием и т.д. По результатам рекламного тура ведется его презентация, а также последующая рекламная кампания.

После этого производится калькуляция затрат, определяется (задается) норма прибыли, рассчитывается цена и формируется система льгот (скидок).

Далее сформированный товарный продукт в виде туристской путевки реализуется через турагентов, бюро по реализации или самостоятельно через бюро путешествий и экскурсий, которое является посредником между туристом и предприятиями, оказывающими ему услуги (гостиницы, предприятия питания, экскурсионные службы, музеи, спортивно-оздоровительные комплексы и т.д.).

Конкретная организационная работа туроператора по подготовке тура к реализации представлена на рис. 8., а взаимоотношения клиента с туристской фирмой показаны на рис. 9.

При формировании тура следует учитывать его основные свойства:

- привлекательность (аттрактивность);
- надежность;
- безопасность;
- обоснованность;
- целостность (завершенность);
- адресную направленность;
- информативность;
- гибкость.

Огромным подспорьем при формировании тура может стать персональный компьютер, оснащенный специальным программным обеспечением. Здесь тур формируется в режиме реального времени в присутствии клиента, во время ненавязчивого с ним диалога после изучения клиентом рекламно-информационных материалов.

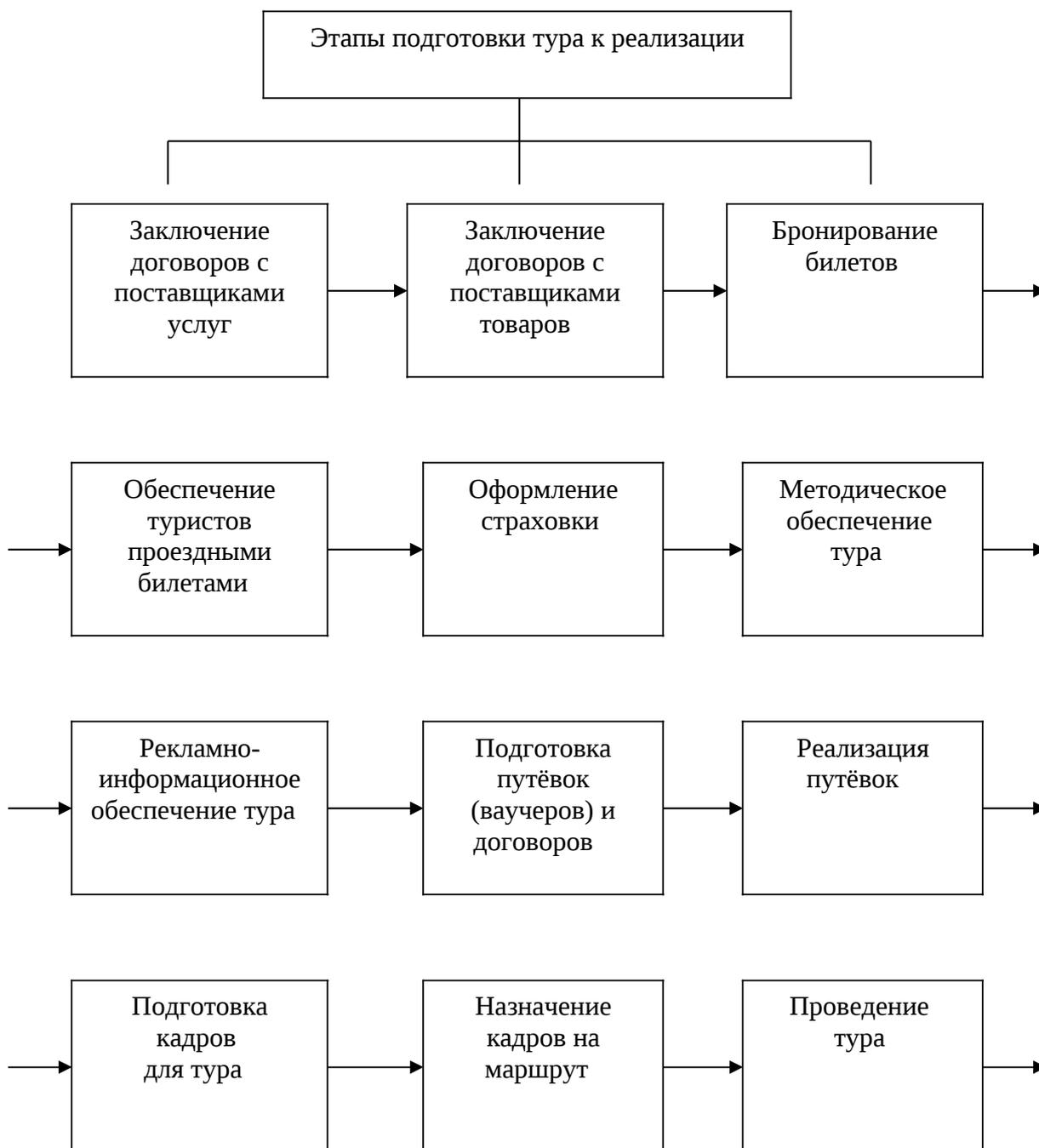


Рис. 8. Подготовка тура к реализации.



Рис. 9. Взаимоотношения клиента с туристской фирмой

Пример типовых вопросов турагента.

- В какое время года Вы хотели бы совершить путешествие?
- Вы будете путешествовать один (одна) или с семьей?
- Какой возраст Ваших детей?
- В это время года мы можем Вам предложить несколько вариантов путешествия (предлагаются варианты).
- Каким транспортом Вы хотели бы воспользоваться?
- В каком отеле Вы хотели бы остановиться?
- Во время Вашего отдыха здесь будут проводиться интересные мероприятия (выставка, международный турнир, гастроль известного певца и т.д.); какие из этих мероприятий Вы хотели бы посетить?
- Ваш отель оборудован спортивно-оздоровительным комплексом. Какие услуги комплекса Вы выберете?
- Какие Ваши любимые блюда? Вы предпочитаете завтракать в номере?
- Хотите ли Вы воспользоваться трансфером?
- Являетесь ли Вы членом клуба IAPA или ETN?
- Хотели бы Вы получить машину на прокат? и т.д.

Во время этого диалога оператор вводит соответствующие пожелания клиента в компьютер и предлагает ему несколько вариантов тура. Если клиент готов из предложенных вариантов выбрать один и оплатить путешествие (или аванс), то оператор (с учетом всех имеющихся льгот) сразу напечатает туристу путевку и заключит с ним договор. Если данное бюро имеет каналы связи системы бронирования билетов и лицензию на печатание билетов, то здесь же клиенту будет произведено бронирование на все виды транспорта туда и обратно, а билетопечатающая машина напечатает билет.

Все это будет вручено клиенту в красивом конверте (включая подробное описание маршрута) вместе с открыткой благодарности, что он воспользовался услугами этого бюро. Клиенту будет предложено еще раз воспользоваться их услугой, которая уже будет несколько дешевле.

Данная процедура, с теми или иными вариантами, типична для работы туристских бюро или агентств в зарубежных странах.

Во всех туристских гостиницах предусмотрены четыре основные группы услуг:

- размещение;
- питание;
- досуг;
- бытовое обслуживание.

Они включают в себя основные, дополнительные и сопутствующие услуги. В бывшем СССР по состоянию на 1990 год насчитывалось около 350 тысяч мест размещения туристов. В России в настоящее время имеется около 250 тысяч гостиничных мест, в том числе в Москве - 75 тысяч, в Санкт-Петербурге - около 30 тысяч.

Средняя загрузка (коэффициент загрузки - отношение числа занятых к общему числу мест) в гостиницах мира по данным ВТО составляет 65-70 % .

Обычно в гостиницах высших категорий до 60-65 % клиентов составляют деловые люди (бизнес-туризм, конгресс-туризм).

В гостиницах более низких категорий и внекатегорийных обычно размещаются туристы с познавательной целью.

По статистике ВТО почти половина гостиничного фонда в мире (49 %) размещена в Европе. Гостиничный фонд России (4878 гостиниц) составляет 3 % от Европейского.

Большинство высокоразрядных гостиниц объединились в гостиничные цепи. В Западной Европе функционируют более 30 гостиничных цепей: Аккор (Франция), Группо Соль

(Испания), Форте (Великобритания), Скандик Хоутелз (Швеция), Джолли (Италия) и др.

Кроме того в Европе функционируют высококомфортабельные гостиницы американских, японских, австралийских и других компаний (Холидей, Шератон, Хилтон и т.д.).

В структуре гостиничных мест Москвы только 11 гостиниц (Метрополь, Айрис Пульман, Националь, Олимпик Пента, Савой, Палас, Балчуг-Кепминский и др.) на 6266 мест отвечают всем требованиям международного гостиничного сервиса. Это составляет всего лишь 8 % от общего числа гостиничных мест в столице. Еще 26 % гостиничных мест имеют достаточно высокий уровень сервиса для приема иностранных туристов. В целом, с учетом ведомственных гостиниц Москва может принять одновременно около 45 тысяч иностранных туристов.

В соответствии с "Концепцией развития международного туризма в Москве до 2005 года" предполагается произвести реконструкцию имеющегося гостиничного фонда и коммунальной инфраструктуры и построить еще 38 тысяч гостиничных мест, для чего потребуется 5,9 млрд. долларов.

По прогнозам, с учетом предполагаемого строительства и реконструкции к 2005 году число прибытий в Москву иностранных туристов может достичь 10,6 млн. человек в год, а валютные поступления от них составили бы 2,4 млрд. долларов в год.

## **8.2 Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице.**

Для замкнутого технологического цикла обслуживания туристов в гостинице предусмотрены следующие основные службы:

- служба приема и размещения;
- служба эксплуатации номерного фонда;
- коммерческая служба;
- техническая служба;
- административная служба.

Это минимальный набор обеспечивающих служб для предоставления основных услуг. Однако в высококатегорийных гостиницах и туристско-гостиничных комплексах число обеспечивающих служб значительно больше и каждая из них имеет узко специфические функции (рис.11).

Служба приема и размещения (служба рецепции) обеспечивает прием, регистрацию, размещение туристов по номерам, расчеты, бронирование мест и организацию отправки туристов в следующий пункт путешествия или домой. Как правило, службу возглавляет менеджер по размещению. В его подчинение входят: бюро регистрации, портье, администраторы, бюро обслуживания, швейцары, гардеробщики, кладовщики камеры хранения, службу бронирования.

Служба эксплуатации номерного фонда обеспечивает техническое обслуживание и ремонт жилых и вспомогательных помещений, подготовку их к заселению, уборку и вывод из эксплуатации номеров для косметического или планового ремонта.

Менеджер данной службы руководит группой по ремонту и обслуживанию номерного фонда, горничными, уборщицами, консьержками и т.д.

Система бронирования включает в себя комплекс ЭВМ, объединенных в сеть и связанных модемной связью с различными городами мира. Основной задачей комплекса является:

- бронирование номеров по заказу в данной гостинице;
- бронирование номеров по заказу клиентов в других гостиницах;
- бронирование билетов на различные виды транспорта;
- другие задачи.

В ряде случаев такая система решает и локальные задачи в самой гостинице:

- автоматизированный расчет с клиентами;

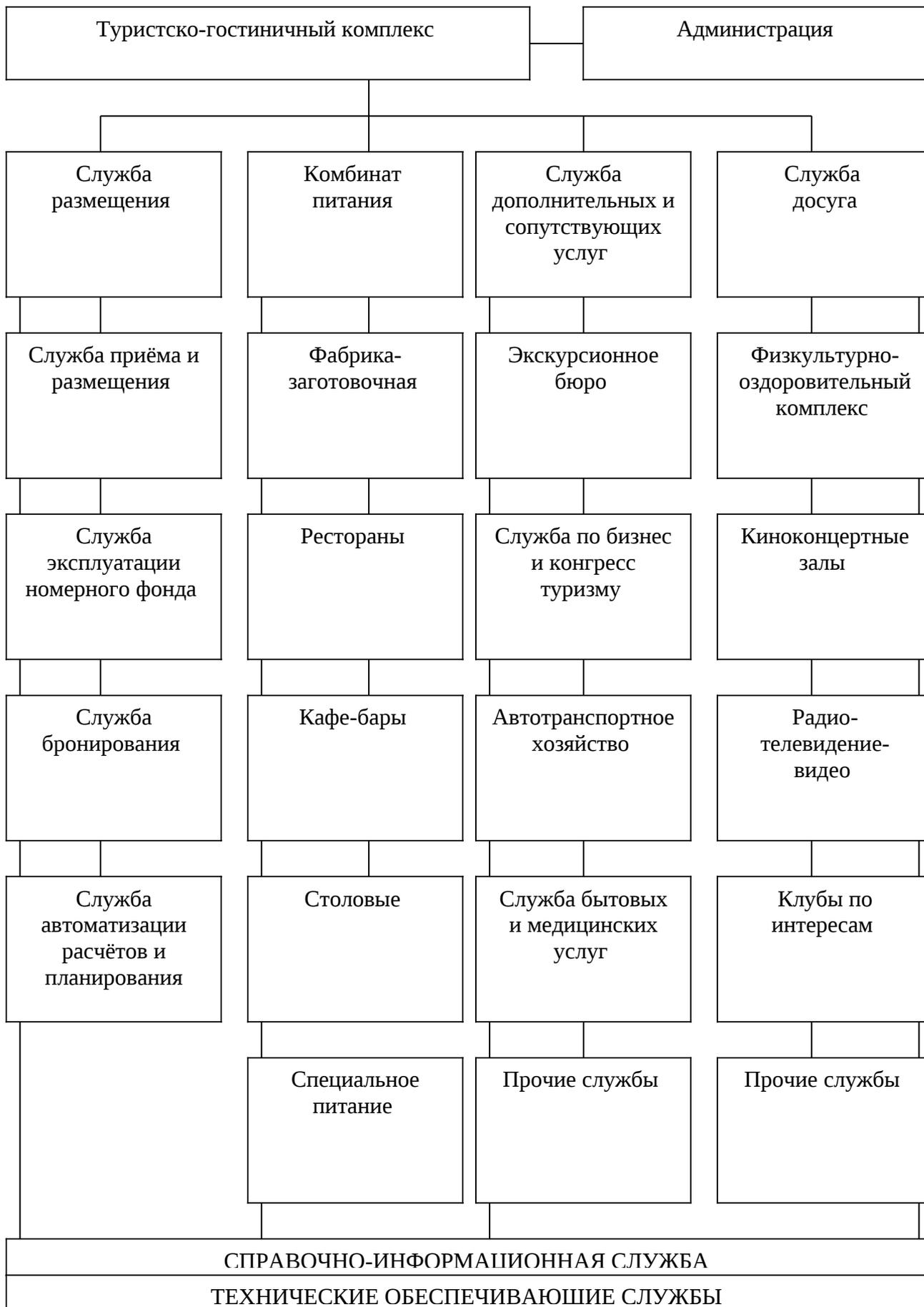
- планирование номерного фонда;
- расчет заработной платы персонала;
- учет материальных ценностей, бухгалтерский учет и отчетность и др.

Крупные гостиничные комплексы, включенные в международные цепи, имеют единую систему бронирования типа "Сабре", "Галилео", "Амадеус" и др.

Эти системы бронирования (резервирования) выполняют две основные функции:

- резервирование номеров в гостиницах;
- бронирование билетов на самолеты, поезда, теплоходы и др.

Служба дополнительных и сопутствующих услуг в ряде случаев имеет собственное экскурсионное бюро, собственное автохозяйство (или арендованный транспорт), специальное бюро по обеспечению деловых, конгрессных и бизнес-туров, включающее в себя штат секретарей-референтов, гидов-переводчиков, а также оборудованные конференц-залы, кабинеты, оргтехнику и т.д.



**Рис. 11. структура туристско-гостиничного комплекса**

В составе этой службы также находятся:

- парикмахерские, косметические салоны;
- прачечные;
- ателье, швейные и сапожные мастерские;

- мастерские бытовых услуг;
- службы ухода за детьми;
- службы медицинских услуг;
- химчистка;
- служба проката;
- другие службы.

Служба досуга обеспечивает туристов физкультурно-оздоровительными и зрелищными услугами, включая кино, концерты, телевидение (в том числе кабельное и спутниковое), видео, работу специальных клубов и другие услуги.

Работу всех инженерных систем и коммуникаций (лифтовое хозяйство, энергоснабжение, тепло-водо-газоснабжение, эксплуатация здания и пр.) – обеспечивает техническая служба во главе с техническим директором или главным инженером.

Техническая эксплуатация гостиничного комплекса осуществляется в соответствии с "Правилами технической эксплуатации гостиниц и их оборудования".

В некоторых туристских комплексах имеется централизованная информационно-справочная служба.

Работу гостиницы (туристско-гостиничного комплекса) возглавляет дирекция, в составе которой имеется коммерческая служба.

### **8.3 Требования к зданиям и сооружениям гостиниц.**

Планировка и оборудование номеров.

Проектирование зданий гостиниц (гостиничных комплексов) производится с учетом целого ряда исходных требований:

- здание должно быть единым архитектурным ансамблем, вписываться в окружающую среду и быть ее достопримечательностью;
- здание должно быть по возможности расположено в центральной части города и иметь достаточно места для парковки автомобилей;
- проект туристской гостиницы должен обеспечить комплексное обслуживание туристов и экскурсантов;
- место выбора для строительства здания должно быть удобным с точки зрения коммуникаций (городской транспорт, связь с аэропортом, вокзалом, морским портом (при его наличии) и др.);
- здание гостиницы должно быть оборудовано пассажирскими, грузовыми и служебными лифтами;
- инженерное оборудование здания должно включать в себя холодное и горячее водоснабжение, отопление, вентиляцию, кондиционирование мягкое (регулируемое) освещение, систему сигнализации, радио-телетрансляции, спутниковую и иные виды связи, автоматизированную систему управления и др.;
- территория вокруг гостиницы должна быть озеленена и благоустроена.

Здание строится с использованием современных строительных материалов: стекла, мозаичных панелей, алюминиевых отделочных конструкций, дерева, малых архитектурных форм и т.д.

Здания подразделяются на основные и вспомогательные. К основным относятся жилые корпуса, пункты питания, обслуживания, спортивные комплексы и др.

К вспомогательным относятся: котельные, прачечные, складские помещения, гаражи и т.д.

Кроме этого в гостиничный комплекс входят сооружения: преобразовательные подстанции, насосные и артезианские скважины, резервуары, канализационные коллекторы и

другие коммунальные сооружения.

Помещения гостиницы подразделяются на жилые, служебные, обслуживающие и подсобные. В состав жилых входят: номера, холлы, гостиные, уголки отдыха, коридоры.

В состав административных помещений входят те помещения, где размещены различные административные службы.

В состав обслуживающих входят следующие помещения:

- агентство связи;
- киноконцертный зал (клуб);
- парикмахерская;
- конференц-зал;
- рестораны, кафе, бары, столовые;
- помещения для спортивных, медицинских, оздорови

нет страниц в книге

- 18,5°C в жилых и общественных помещениях;
- вентиляцию (естественную или принудительную), обеспечивающую нормальную циркуляцию воздуха и исключаящую проникновение посторонних запахов в номера и общественные помещения;
- радиовещание и телевидение (подводка во все номера);
- телефонную связь;
- освещение в номерах: естественное (не менее одного окна), искусственное, обеспечивающее освещенность при лампах накаливания – 100 лк; при люминесцентных – 200 лк; в коридорах круглосуточное естественное или искусственное освещение.

При проектировании новых и реконструировании старых гостиниц (мотелей) необходимо предусматривать условия для приема и обслуживания инвалидов, использующих кресла на колесах.

При выполнении вышеперечисленных требований гостиница может принять участие в ее сертификации для присвоения ей определенной категории (звезды). Требования к каждой категории являются дополнительными к указанным выше.

Для удобства использования Положения о критериях классификации, принятой в России, в Государственном комитете по физкультуре и туризму (ГКФТ) были разработаны "Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации", а также принят ГОСТ Р 50645-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц".

Правительством Российской Федерации утверждено Постановление от 15 июня 1994 года № 669 "Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации" (прилагается).

Более подробно вопросы стандартизации и сертификации средств размещения, питания, транспортных средств будут рассмотрены в последующих главах.

Уже более 60 лет международная корпорация "Лидирующие отели мира" проводит изучение работы всех отелей мира и ежегодно составляет их рейтинг. Данный рейтинг публикуется в "Ежегодном справочнике", где также содержится описание лучших отелей, фотографии внешнего вида зданий и его описание, реквизиты отеля, расстояние от аэропорта, количество номеров (одноместных, двухместных, люксов, апартаментов) и их примерные цены.

В каталоге 1995 года среди 270 признанных лучшими отелями в США - 48, Италии - 27, Швейцарии - 22, Франции - 16, Германии - 15, Великобритании - 13, Испании - 10, Японии - 8, Индии - 8, КНР - 7, Мексике - 6, Австралии - 6, Австрии - 5, Таиланде - 5, Гонконге - 5, Канаде

- 4, Португалии и Кении по 4, Бразилии - 4, Кипре, Израиле, Греции, Нидерландах, Ирландии, Марокко, Филиппинах - по 2, Швеции, Норвегии, Дании, Бельгии, Монако, Люксембурге, Саудовской Аравии, Пакистане, Тайване - по 1 ("Известия" от 31 января 1996 года).

Для пополнения местных бюджетов в ряде регионов и городов России введен местный гостиничный налог (сбор). В Москве постановлением Правительства от 4 января 1994 года N 22 он установлен для иностранных граждан, прибывших в столицу как самостоятельно, так и в составе туристской группы или делегации и поселившихся в гостиницах, мотелях, кемпингах, гостевых домах. Размер данного сбора - 1 доллар США за сутки.

Суммы платежей по данному сбору зачисляются во внебюджетный фонд развития туризма в Москве (документ прилагается).

Приложения:

## **ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

### **ПОСТАНОВЛЕНИЕ от 15 июня 1994 г. N 669**

#### **ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРАВИЛ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

В целях упорядочения деятельности хозяйствующих субъектов в сфере предоставления гостиничных услуг в соответствии с Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей" Правительство Российской Федерации постановляет:

Утвердить прилагаемые Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации.

**Председатель Правительства  
Российской Федерации  
В. ЧЕРНОМЫРДИН**

#### **ПРАВИЛА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

##### **1. Общие положения**

1.1. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации разработаны на основе Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей", действующего законодательства и регулируют отношения между потребителями (гражданами, проживающими в гостиницах или имеющими намерение воспользоваться услугами гостиницы) и исполнителями в сфере предоставления гостиничных услуг (гостиницы, мотели, объединения гостиниц; граждане предприниматели, осуществляющие деятельность в сфере гостиничных услуг, далее именуемые - гостиница).

Гостиница предназначена для временного проживания граждан на срок не свыше двух

месяцев независимо от места прописки. Проживание свыше двух месяцев возможно только с разрешения исполнителя.

### 1.3. Режим работы гостиницы - круглосуточный.

## 2. Порядок бронирования, оформления и оплаты проживания в гостинице

2.1. Номер или место в гостинице предоставляется гражданам по предъявлении паспорта, военнослужащим - удостоверения личности или военного билета.

При наличии свободных мест по желанию потребителя может предоставляться одному лицу номер на два или более мест с полной оплатой стоимости номера.

Исполнитель имеет право заключать договор на бронирование мест. При наличии свободных мест исполнитель вправе принимать заявки на бронирование от юридических и физических лиц в письменной или устной форме.

Плата за бронирование взимается с лиц, прибывших в гостиницу, одновременно в размере 25 процентов от цены бронируемого номера (места) за сутки независимо от того, по договорам, индивидуальным или групповым заявкам производится бронирование.

При опоздании кроме платы за бронирование взимается плата за фактический простой номера или места, но не более чем за сутки.

При опоздании более чем на сутки бронь аннулируется. В случае отказа от платы за бронь размещение в гостиницу производится в порядке общей очереди.

Плата за проживание и услуги в гостиницах осуществляется по свободным (договорным) ценам. Цены устанавливаются исполнителем в соответствии с присвоенной гостинице категорией и уровнем обслуживания. В необходимых случаях может быть установлена почасовая оплата проживания. Сроки и формы оплаты за проживание и услуги устанавливаются исполнителем.

Плата за проживание взимается в соответствии с единым расчетным часом - с 12 часов текущих суток по местному времени.

При размещении до расчетного часа (с 0 до 12 часов) плата за проживание не взимается. В случае задержки выезда потребителя после расчетного часа не более 6 часов производится почасовая оплата. При задержке выезда с 6 до 12 часов после расчетного часа плата взимается за половину суток. При выезде по истечении более 12 часов после расчетного часа оплата про-

**В книге нет страниц**

## **10. ТРАНСПОРТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СХЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

### 10.1 Состояние транспортной системы обслуживания туристов.

Транспортное обслуживание туристов - это одна из составных частей индустрии туризма. До 1990 года существовала единая транспортная система туризма, включающая в себя автомобильный, речной, морской, железнодорожный и авиационный транспорт и обеспечивающая потребности как внутреннего, так и международного туризма. Доля транспортного обслуживания в общей структуре туристских услуг составляла более 40 %.

В сфере наиболее массового - профсоюзного туризма к этому времени были достигнуты следующие показатели работы транспортной системы (табл. 7.):

Таблица 7.

Наименование показателей	Количество
1. Транспортное обслуживание туристов по видам транспорта (млн. чел.):	
- на автобусах	9,2
- на поездах	5,3
- на самолетах	1,8
- на речных судах	1,4
- на морских судах	0,1
- на комбинированных транспортных маршрутах	0,2
2. Мощность транспортной системы (кол-во ед.):	
- автобусы	10550
- морские суда	69
- речные суда	136
- туристские поезда	2600
3. Количество транспортных маршрутов (ед.):	
- автобусных	9600
- морских и речных	497
- железнодорожных	9000
- авиационных	5100

К 1990 году в туристской транспортной системе бывшего СССР работало около 180 тыс. человек.

Рыночные отношения и антимонопольное законодательство России способствовали децентрализации туризма и в частности его транспортной системы. Резкое снижение спроса на транспортное обслуживание в туризме привело к перепрофилированию транспортных предприятий, а в ряде случаев к их банкротству.

Материальная база по обслуживанию подвижного состава практически не обновлялась, а количество транспортных средств сократилось в несколько раз. Если в Московской автобазе "Турист" в 1990 г. было 618 автобусов, то в 1995 году их число составило всего 80 единиц. Положение осложнилось еще и тем, что большинство заводов по строительству подвижного состава (автобусов, электропоездов, речных и морских судов) оказалось за пределами России, а традиционный туристский автобус из Венгрии "Икарус" уже не соответствует требованиям стран ЕЭС в части экологии, безопасности, комфортабельности и др.

В соответствии с этим было принято решение о строительстве нового Голицынского автобусного завода, где наряду с городскими - будут производиться специализированные туристские автобусы на базе автобусов "Мерседес" (Германия).

## 10.2 Классификация транспортных путешествий и транспортных средств.

Транспортные путешествия рассматриваются как самостоятельный вид туризма. Транспортные путешествия - это путешествия организованных групп туристов при наличии путевок (ваучеров) по разработанным маршрутам с использованием различных транспортных средств. Они классифицируются по ряду основных признаков:

- способу передвижения на маршруте;
- виду используемого транспорта;
- построения трассы маршрута;
- продолжительности путешествия;
- сезонности и др. (см. рис. 13).

Наибольшей популярностью пользуются автобусные, авиационные и железнодорожные путешествия (около 88 % от общего объема транспортных путешествий).

Туристское транспортное путешествие, как правило, реализуется несколькими видами

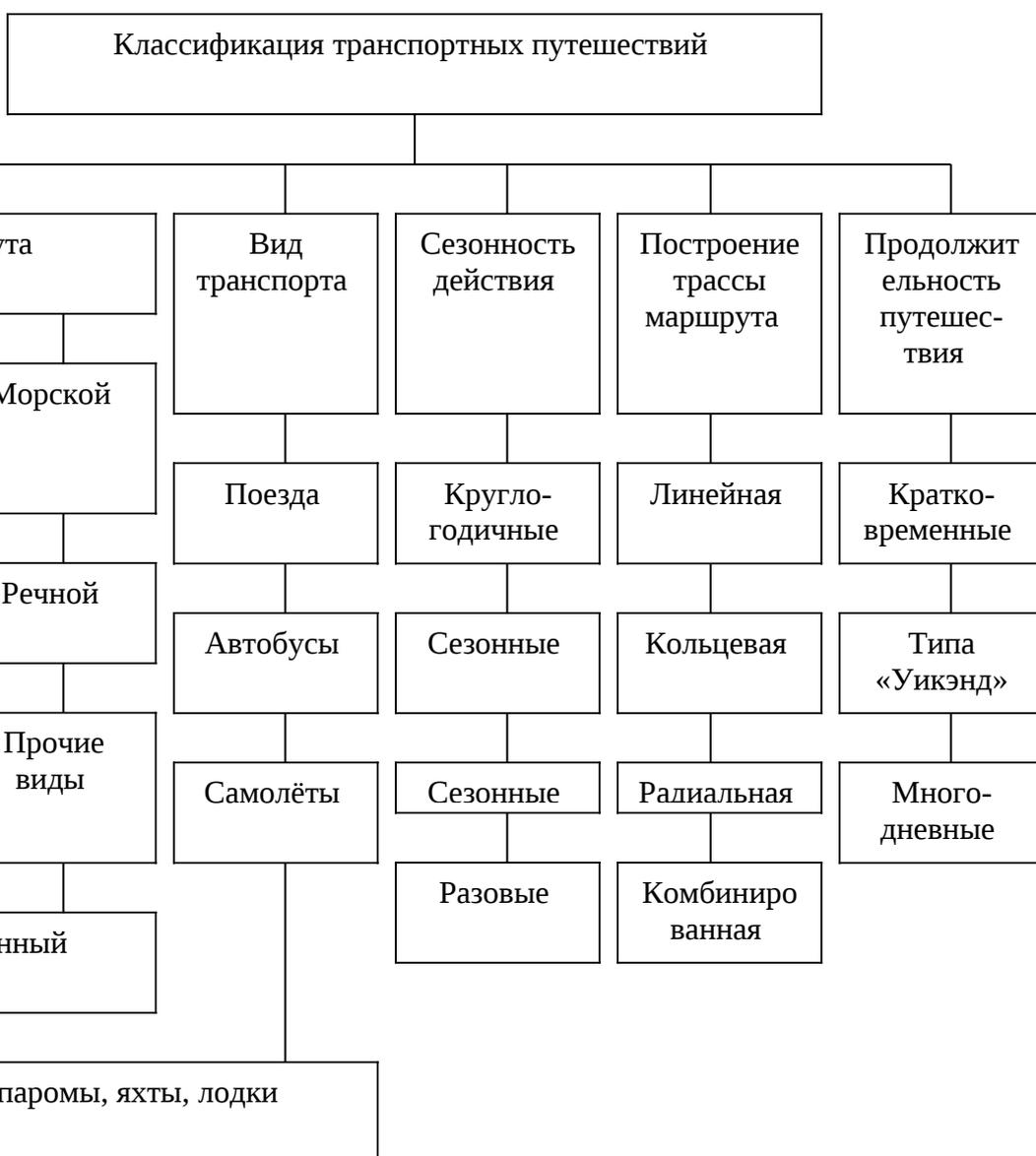
транспорта: железнодорожный + автобусный (легковой автомобиль), авиационный + автобусный и т.д.

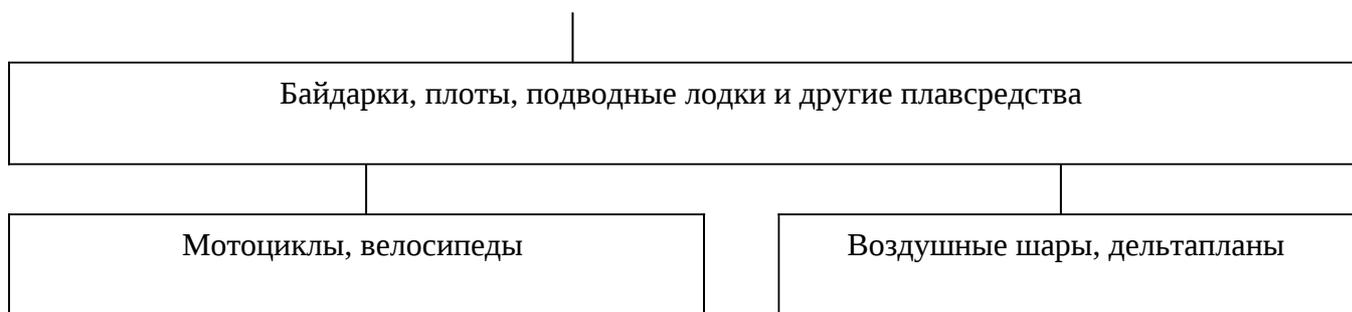
Наиболее мобильный вид транспорта - автобус и легковой автомобиль используются как на самостоятельном маршруте, так и в виде трансферного транспорта по доставке туристов из аэропорта (вокзала) в гостиницу и обратно.

При планировании своего путешествия турист учитывает такие факторы, как скорость доставки до цели поездки, комфорт путешествия, стоимость, возможность перевозки багажа и его вес, возможность остановки в пути следования, условия питания, уровень шума, вибраций, условия для сна и отдыха, возможность широкого обзора во время поездки, наличие неблагоприятных экологических факторов и, конечно - безопасность.

По приоритетам эти требования распределяются в такой последовательности:

- безопасность путешествия;
- стоимость и наличие различных льгот;
- комфортабельность;
- скорость доставки;
- прочие факторы.





**Рис. 12. Классификация транспортных путешествий**

Чем больше набор положительных факторов, тем выше стоимость транспортного путешествия, однако ни одно транспортное средство не удовлетворяет всему набору требований.

Перевозка Туристов воздушным транспортом осуществляется как чартерными, так и рейсовыми самолетами.

В настоящее время авиационные перевозки осуществляют около 400 авиакомпаний, в том числе около 60 в России.

Российские туристы пользуются услугами как национальных, так и зарубежных перевозчиков. Наряду с отечественными самолетами (АН-26, ТУ-154, ИЛ-62, ЯК-40, ЯК-42 и др.) в ряде российских авиакомпаний на условиях аренды или лизинга работают самолеты типа "Боинг", аэробусы А-310 и т.д.

В туристских целях широко используются вертолеты и другие летательные аппараты: дирижабли, воздушные шары, парaplаны, дельтапланы и т.д.

В зависимости от условий комфорта, питания и других факторов места в самолетах подразделяются на следующие классы:

- первый класс (F);
- бизнес-класс (C);
- экономический класс (Y);
- прочие виды.

Туристские авиационные путешествия реализуются на регулярной, сезонной или разовой основе.

В рамках национальных перевозчиков или отдельных авиакомпаний установлены различные льготы для туристов:

- сезонные;
- корпоративные;
- для пассажиров с детьми;
- групповые;
- для молодоженов и т.д.

Особой популярностью у туристов пользуются льготные карты IAPA (Международная Ассоциация пассажиров авиалиний), ETN (Европейская сеть туризма) и др.

Владельцам таких карт обеспечены льготы на авиабилеты некоторых авиакомпаний

(DELTA.SAS ), льготы по оплате гостиницы (от 10 до 40 %) в 4000 лучших отелей мира, льготы по оплате автомобиля, взятого напрокат (до 30 %), возобновление утерянных перевозочных документов, предоставление залов VIP в аэропортах, страховка и т.д.

Некоторые авиакомпании с целью привлечения туристов предоставляют льготы в зависимости от налета часов (баллов) на самолетах данной компании.

Перевозка туристов на внутренних водных артериях производится специализированными речными (в ряде случаев река - море) комфортабельными теплоходами вместимостью 250, 300 и 400 пассажиров. Каюты подразделяются на одноместные, двухместные, 3-4-местные и семейные.

Теплоходы данного класса оборудованы всеми атрибутами комфорта и отдыха: мягкой удобной мебелью в каютах, кондиционерами, холодильниками, мини-баром; к услугам пассажиров солярии, рестораны, бары, сауны, музыкальные салоны, видео-кинзалы.

На морских международных линиях работают многопалубные высококомфортабельные круизные суда, вместимостью от 96 до 788 пассажиров.

К вышеперечисленным атрибутам комфорта здесь следует добавить оборудованные бизнес-классы для семинаров и симпозиумов, бассейны, лифты, спортивные комплексы, возможность приема на борт туристов с автомобилем, телефонизацию, комплексы бытовых услуг и т.д.

Водные туристские путешествия и экскурсии осуществляются также на других транспортных средствах: речных "трамваях", яхтах, подводных лодках, парусниках, катамаранах, лодках, байдарках, плотах и др.

В железнодорожном туристском сообщении используются специализированные туристские составы, работающие как в графическом, так и в специальном режиме движения. Как правило, они состоят из 12 пассажирских вагонов, 2-3 вагонов ресторанов, вагона-клуба и т.д.

Реализация железнодорожных туристских путешествий связана со строительством пунктов длительного отстоя поездов и их снабжения средствами жизнеобеспечения. Обычно железнодорожные туристские путешествия планируются в режиме кольцевого маршрута.

В ряде городов России и за рубежом в качестве экскурсионного туристского транспорта используется трамвай и его ретро-варианты: троллейбус, карета, дилижанс и др.

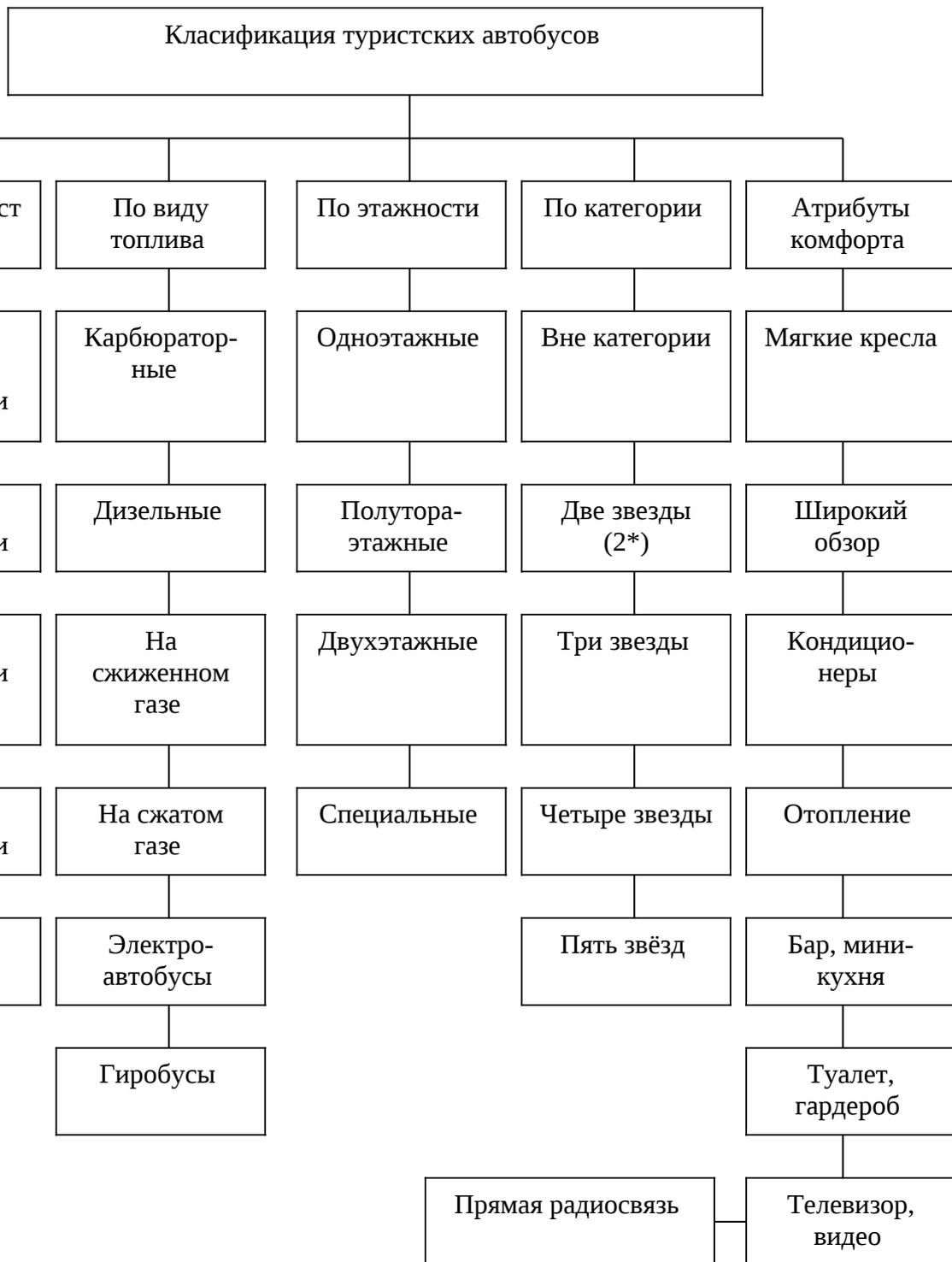
Вышеперечисленные транспортные средства (самолеты, суда, железнодорожные вагоны и пр.), как правило, не являются собственностью туристских компаний и используются на основе фрахта, аренды, лизинга и т.д.

Наиболее массовый туристский транспорт - автобус в большинстве случаев является собственностью крупных туристских компаний, объединений, концернов, ассоциаций.

Другие же туристские фирмы пользуются услугами автотранспортных предприятий на основе долгосрочной аренды или разовых заказов.

Классификация туристских автобусов представлена на рис.14. Обладая высокой маневренностью и мобильностью, туристские автобусы вне конкуренции на коротких и средних (до 200 км) маршрутах.

Высококомфортабельные туристские автобусы используются также на длинных маршрутах (например: Москва-Минск-Варшава-Берлин-Париж). При этом отдых туристов в ночное время обеспечивается, как правило, в отелях или мотелях (придорожный отель). Согласно международной классификации, по ряду признаков автобусы сертифицируются по категориям (числу звезд). В целом оценка привлекательности основных транспортных средств для международных туристских путешествий по десятибальному рейтингу приведена в таблице 8.



**Рис. 14. Классификация туристских автобусов**

Таблица 8.

Критерии оценки	Виды транспортных средств					
	речные суда	морские суда	железнодорожные вагоны	автобусы	легковые автомобили	самолет
1. Безопасность движения	7	5	6	4	5	7
2. Экологическая безопасность	6	6	7	5	6	8
3. Стоимость перевозки	8	6	9	8	2	1
4. Эксплуатационная скорость	1	2	6	4	6	10
5. Мобильность	1	1	1	8	10	5
6. Возможность остановки по пути следования по желанию туристов	2	1	1	8	10	1
7. Возможность длительного жизнеобеспечения в пути	8	10	5	3	2	5
8. Вместимость	7	10	6	4	1	7
9. Удельные капитальные затраты	2	1	5	8	10	2
10. Уровень комфорта	8	10	2	4	6	6
Всего баллов	50	52	48	56	58	52

Анализируя табл.8., следует отметить, что рейтинг перечисленных транспортных средств по десяти основным требованиям отличается незначительно. Здесь играет определенную роль влияние взаимно противоположных факторов (стоимости, эксплуатационной скорости, вместимости, капитальных затрат и др.). При этом низкие пассажиропотоки на речном и морском транспорте (см. табл. 7) объясняются в данном случае не их рейтингом, а недостаточным развитием маршрутной сети и незначительным числом транспортных средств.

10.3 Техничко-экономические показатели работы подвижного состава, обслуживающего транспортные путешествия.

Данные показатели приводятся для автотранспорта, как наиболее популярного вида транспорта для путешествий и экскурсий. Показатели работы других транспортных средств аналогичны, за исключением незначительной специфики.

### 10.3.1 Парк подвижного состава и степень его использования.

Парком подвижного состава называется общее число транспортных средств, находящихся на балансе автотранспортного предприятия. Этот парк принято называть списочным ( $A C$ ). Он состоит из технически исправного (ходового) транспорта ( $A X$ ) и транспорта, находящегося на техническом обслуживании и в ремонте ( $A P$ ).

$$A C = A X + A P .$$

Списочный парк определяется отдельно по типам автобусов (автомобилей).

Техническая готовность парка подвижного состава определяется коэффициентом технической готовности  $K_T$ .

$$K_T = \frac{1}{L_c \left( \frac{1}{L_c} + \frac{D_{н.р.}}{L_c} + \frac{D_{н.в.}}{1000} \right)}$$

где:  $L_c$  - среднесуточный пробег единицы подвижного состава, км;

$D_{п.р.}$  - число дней простоев в ремонте;

$L_{ц}$  - пробег подвижного состава за межремонтный цикл, км;

$D_{н.в}$  - нормируемое время простоя подвижного состава в ремонте и обслуживании на 1000 км. пробега.

Чем выше коэффициент технической готовности, тем выше будет реализован коэффициент выпуска на маршрут,  $K_v$ .

$$K_v = \frac{N_m}{A_c},$$

где:  $N_m$  – число единиц подвижного состава, находящихся на маршруте;

$A_c$  – списочное число транспортных средств.

### 10.3.2 Пробег подвижного состава и скорость движения.

Общий пробег подвижного состава  $L_{обц}$  складывается из "нулевого" пробега  $L_0$  (пробег от автотранспортного предприятия до места посадки туристов), холостого пробега  $L_x$  (пробега автобуса без туристов) и производительного пробега с туристами  $L_n$ :

$$L_n = L_0 + L_x + L_n, \text{ км.}$$

Степень производительного использования общего пробега определяется коэффициентом использования пробега,  $K_n$ .

$$K_n = \frac{L_n}{L_{обц}}.$$

Для определения транспортной работы подвижного состава следует знать также среднесуточный пробег подвижного состава,  $L_{сс}$ .

$$L_{сс} = V_{э} \times T_m, \text{ км.},$$

где:  $V_{э}$  - эксплуатационная скорость км/ч;

$T_m$  - общее время пребывания подвижного состава на маршруте, ч.

При планировании технико-экономических показателей работы подвижного состава используются понятия: техническая скорость  $V_t$ , скорость сообщения (или маршрутная скорость) -  $V_c$  и эксплуатационная скорость -  $V_{э}$  (км/ч).

$$V_t = \frac{L_{обц}}{T_d},$$

где:  $L_{обц}$  – общий пробег, км;

$T_d$  – время движения, ч.

$$V_{э} = \frac{L_m}{t_d + t_{пв}},$$

где:  $L_m$  – длина маршрута, км;

$t_d$  – время движения на маршруте, ч;

$t_{пв}$  – время, затрачиваемое на посадки и высадки пассажиров, ч;

$$V_{э} = \frac{L_{обц}}{t_d + t_{пв} + t_0 + t_x},$$

где:  $t_0$  - время нулевого пробега, ч;

$t_x$  – время холостого пробега, ч.

Техническая скорость определяется техническими возможностями подвижного состава, а эксплуатационная и маршрутная скорости определяются технической скоростью, а также организацией перевозочного процесса, длиной маршрута, мастерством водителя, состоянием дорог и т.д.

### 10.3.3 Вместимость и провозная способность.

Вместимость автобуса ( $m$ ) для конкретной величины туристского потока можно

определить по формуле:

$$M = \frac{P_{\Gamma} \times L_{\text{ср}} \times K_{\text{сн}}}{365 V_{\text{э}} \times N_{\text{дв}} \times t_{\text{ср}} \times K_{\text{н}}} \text{ пасс.},$$

где:  $P_{\Gamma}$  – число туристов, подлежащих перевозке в течение года;

$L_{\text{ср}}$  – средняя дальность поездки, км;

$K_{\text{сн}}$  – коэффициент сезонной неравномерности перевозок;

$V_{\text{э}}$  – эксплуатационная скорость автобуса, км/ч;

$N_{\text{дв}}$  – число автобусов, находящихся в движении;

$t_{\text{ср}}$  – среднее число часов работы автобуса в сутки, ч;

$K_{\text{н}}$  – среднесуточный коэффициент наполнения.

Провозная способность автобуса -  $S$  определяется из следующего соотношения:

$$S = M \times R_{\text{м}}, \text{ пасс/ч},$$

где:  $R_{\text{м}}$  - пропускная способность магистрали для единицы подвижного состава в час.

#### 10.3.4 Производительность и приведенные затраты.

Производительность автобуса (автомобиля) за рейс  $W_{\text{р}}$  определяется числом перевезенных туристов  $N_{\text{р}}$  за время рейса.

$$W_{\text{р}} = \frac{N_{\text{р}}}{D_{\text{ср}} / (V_{\text{т}} \times Z) + t_{\text{р}}} \text{ пасс/чч},$$

где:  $D_{\text{ср}}$  - средняя дальность поездки, км;

$V_{\text{т}}$  - техническая скорость, км/ч;

$Z$  - коэффициент использования пробега (0,90-0,95);

$t_{\text{р}}$  - время рейса (время движения + время остановок для посадки-высадки + время простоя на конечных пунктах маршрута), ч.

Зная производительность  $W_{\text{р}}$  автобуса за рейс и число рейсов в час, сутки, месяц, год, можно определить часовую, суточную, месячную и годовую производительность.

Приведенные затраты  $Z_{\text{п}}$  на перевозку определяются формулой:

$$Z_{\text{п}} = C_{\text{э}} + [E_{\text{н}} (K - Ц_{\text{л}}) 100] / W_{\text{г}},$$

где:  $C_{\text{э}}$  - эксплуатационные расходы, руб.;

$E_{\text{н}}$  - нормативный коэффициент экономической эффективности;

$K$  - стоимость приобретения автобуса, руб.;

$Ц_{\text{л}}$  - ликвидная стоимость изношенного автобуса, руб.;

$W_{\text{г}}$  - годовая производительность автобуса, пасс/год;

В ряде случаев при выборе типа автобуса следует рассчитать его экономичность ( $\mathcal{E}$ ), т.е. количество энергии (топлива), затрачиваемого на 100 пасс/км.

$$\mathcal{E} = 1000 Q_{\text{т}} \times \Pi_{\text{т}} \times T_{\text{с}} \times W_{\text{г}},$$

где:  $Q_{\text{т}}$  - годовое количество расходуемого топлива, л;

$\Pi_{\text{т}}$  - плотность топлива, г/см<sup>3</sup>;

$T_{\text{с}}$  - теплотворная способность топлива, ккал;

$W_{\text{г}}$  – годовая производительность одного автобуса (автомобиля), пасс/год.

#### 10.4 Организация туристских путешествий на внутренних маршрутах.

Порядок организации транспортных путешествий рассмотрим на примере автомобильных перевозок на внутренних маршрутах.

Как уже указывалось ранее, транспортные путешествия туристские бюро реализуют совместно с автотранспортными предприятиями на основе разовых, сезонных или годовых договоров аренды, если они не имеют на балансе собственного транспорта. В арендных договорах следует отразить:

- обязанности арендодателя и арендатора;
- предмет целевого использования транспорта;
- продолжительность его аренды;
- система арендной платы (повременная, за километр пробега, договорная и т.д.);
- график подачи транспорта по часам суток;
- взаимоотношения водителя с турсопровождающим, экскурсоводом или гидом;
- порядок взаиморасчетов;
- ответственность сторон за исполнение договора;
- прочие, в том числе форс-мажорные условия.

Неотъемлемой частью данного договора является паспорт маршрута или карточка транспортного туристского маршрута. Если такой маршрут открывается впервые, то следует паспорт маршрута согласовать с перевозчиком.

В паспорте (карточке) транспортного маршрута следует указать:

- тип маршрута (линейный, кольцевой, радиальный и т.д.);
- карту-схему маршрута с привязкой к населенным пунктам или уличной сети;
- график движения по маршруту;
- обозначения остановок, мест ночлега;
- месторасположение пунктов технической помощи, заправочных станций, пунктов питания в пути следования, пунктов медпомощи, расположение постов ГАИ, дорожно-эксплуатационной службы и др.;
- продолжительность маршрута в часах, календарных днях;
- состояние дорожного покрытия;
- количество туристов на маршруте и др.

В рамках бывшего Центрального Совета по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ) была проведена полная паспортизация существующих маршрутов, которые целесообразно использовать. Если существующий маршрут? имеющий паспорт, не обследовался в течение двух лет, целесообразно провести его повторное обследование совместно с перевозчиком. Такое же обследование следует провести и при открытии нового маршрута (технология разработки маршрута приведена в главе 7).

При заключении договора следует выяснить наличие лицензии на право перевозочной деятельности и на какой территории она действует.

Автотранспортное предприятие как арендодатель должно выполнить ряд требований к подвижному составу и водителю.

Наряду с требованиями, регламентируемыми Правилами дорожного движения, следует в договоре или приложении к нему включить следующие пункты:

- обеспечение культуры обслуживания туристов;
- о санитарном состоянии автобуса (автомобиля);
- об ограничении (или запрещении) движения в ночное время (нормативными документами ЦСТЭ было запрещено проведение автобусных путешествий с 0 до 4 часов);
- обеспечение транспортного средства аптечкой для пассажиров;
- наличие микрофона, радиотрансляции, телевизора, видео;
- наличие устройств отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха;
- наличие чистых чехлов, подголовников, занавесок;
- наличие багажных отсеков, отсеков для ручной клади и др.

Для длительных путешествий следует использовать высококомфортабельные автобусы с мягкой подвеской, регулируемые креслами, низким уровнем шума и вибраций, большим запасом хода с одной заправки, желательна экологически чистым топливом. При этом

предусматриваются также такие атрибуты жизнеобеспечения как гардероб, туалет, бар, холодильник, кухня и др.

Требования к микроклимату в автобусе регламентируются ГОСТами, санитарно-гигиеническими нормами и международными стандартами.

Так система кондиционирования воздуха должна обеспечивать микроклимат во всех интервалах наружных температур в пределах 22 - 24°C при воздухообмене 0,15 м<sup>3</sup>/с (первый уровень комфорта). Уровень шума во всех частях салона не должен превышать 72дБ (в районе силового агрегата 74 дБ).

Уровень инфразвука в любой точке салона не должен быть более 96 дБ.

Содержание вредных паров и примесей в воздухе салона регламентируется нормами ГОСТа 121012-78.

Вибрация в салоне не должна превышать требования стандарта ИСО 025313-68.

Шаг сидений в автобусе - 80-85 см; должно быть предусмотрено поворотное сидение для экскурсовода.

Рабочее место водителя должно быть отгорожено перегородкой от салона.

Стекла автобуса на боковых окнах должны быть двойными, детермальными, с покрытиями, уменьшающими теплообмен салона с внешней средой, эти стекла должны иметь положительную кривизну. Лобовое стекло должно быть типа "Триплекс", детермальное.

На боковых и лобовых стеклах помимо занавесок должны быть предусмотрены специальные рулонные противосолнечные шторы.

Багажники в подпольной части автобуса должны быть из расчета 0,15 м<sup>3</sup>/чел. и иметь освещение.

В салоне должны быть мусорные ящики. В автобусах класса "люкс" должно быть предусмотрено индивидуальное освещение.

В салоне должен быть термос с питьевой водой из расчета 0,2 л на 1 человека (на южных направлениях из расчета 0,4 л на чел.).

Если силовая установка автобуса расположена сзади, то над ней не устанавливаются сидения. Эта часть должна иметь перегородку от салона, за которой может быть размещен туалет, умывальник, гардероб и др.

Для дальних маршрутов предусматривается видеоманитофон с несколькими мониторами (телевизорами) и пультом дистанционного управления, портативная магнитола, а также рекомендуется радиотелефон или рация с симплексной связью.

Водитель на туристском маршруте должен быть в форменной или другой чистой и опрятной одежде. Он должен иметь водительские права соответствующей категории, лицензию, кредитнобензиновую карточку или талоны на заправку, путевой лист, атлас автомобильных дорог, план-схему маршрута, транспортную туристскую карточку и другую туристскую документацию.

На туристские маршруты допускаются водители, прошедшие соответствующую стажировку, в том числе на данном туристском маршруте, тщательно подготовившие свой автобус к рейсу, получившие соответствующий инструктаж, прошедшие медицинское освидетельствование.

Водителю категорически запрещается выезд на туристско-экскурсионный маршрут на неисправном автобусе, самовольно изменять путь следования по маршруту, если это не диктуется требованиями безопасности движения. Запрещается также начинать движение с открытыми дверями. Водитель на маршруте не имеет право провоза в автобусе посторонних лиц, разговаривать с туристами во время движения, вмешиваться в работу экскурсовода или гида.

На внутренних туристских маршрутах используются автобусы различных классов в зависимости от дальности поездки, числа туристов в группе, категории маршрута, уровня комфорта и т.д.

Экскурсионное обслуживание индивидуальных туристов и небольших туристских групп осуществляется легковыми автомобилями и микроавтобусами типа РАФ, УАЗ или зарубежными аналогами. Группы туристов в количестве 15-20 человек обслуживаются отечественными автобусами моделей ПАЗ, КАВЗ или зарубежными автобусами аналогичной вместимости; группы 35-40 человек - автобусами ЛАЗ, "ИКАРУС", ТАМ, "МЕРСЕДЕС" и др.

## **10.5 Специфика организации транспортных путешествий на международных маршрутах.**

Перевозка туристов по территории двух или более государств классифицируется как международная, т.е. перевозка за рубеж - отправка, из-за рубежа - прием.

Международные туристские перевозки реализуются теми же видами транспорта, что и на внутренних маршрутах. Рейтинг популярности транспортных средств на международных маршрутах несколько иной по сравнению с внутренним туризмом, он определяется в основном стоимостью, скоростью доставки до цели поездки и комфортабельностью транспортных средств. Познавательные поездки, в основном, реализуются автобусным, морским, речным и железнодорожным транспортом, бизнес-туризм, конгресс-туры, деловой туризм - самолетами.,

Специфику организации транспортных путешествий рассмотрим на примере автомобильных перевозок. Особой популярностью пользуются такие путешествия в Европе, где перевозки выполняются на 350 регулярных маршрутах протяженностью от 200 до 5000км.

В бывшем СССР монопольными международными перевозчиками были фирмы "Совтрансавто", "Интурист", "Спутник", "Интурбюро". В настоящее время только в Москве работает более 30 фирм-перевозчиков, специализирующихся на международном туризме: "Интуртранс", "Автотур-Спутник", "Турбус", "Автотуртранс" и т.д. Они реализуют как сезонные, так и регулярные перевозки туристов. Наиболее популярными маршрутами являются: Москва-Минск-Варшава-Берлин-Париж-Москва; Москва-Стамбул-Москва; Москва-Лондон-Москва; Москва-Рим-Москва; Калининград-Берлин-Калининград и др.

Россия является членом Международной ассоциации пассажирских перевозок.

Система международных перевозок охватывает:

- перевозки на регулярных маршрутах;
- на сезонных маршрутах;
- разовые (заказные) маршруты;
- обслуживание туристов, выезжающих за рубеж и приезжающих из-за рубежа.

Для регулярных маршрутов обязательными условиями являются:

- точность маршрута;
- расписание движения;
- регулярность движения;
- посадка и высадка в строго определенных пунктах.

Открытие движения на регулярных международных маршрутах регламентируется двухсторонними правительственными соглашениями, а транзит через третьи страны требует разрешения комитета по транспорту Европейской экономической комиссии (ЕЭК).

В данных документах конкретизируются следующие положения:

- дороги, используемые для данных перевозок;
- виды транспортных средств;
- экологические требования к транспортным средствам;
- разрешительная система въезда-выезда;
- страхование гражданской ответственности;
- налоги и сборы;

- пограничный, санитарный и таможенный контроль;
- расчеты и платежи;
- санкции за нарушения соглашений.

Для упрощения договоров на международные перевозки в рамках Женевской конвенции от 1 марта 1973 года принята "Конвенция о договоре международной автомобильной перевозки пассажиров и багажа". Дальнейшие упрощения международных туристских перевозок зафиксированы в Гаагской (1989 г.) декларации по туризму и Шенгенском соглашении для членов Европейского. Союза.

Организация туристских перевозок в рамках стран СНГ регулируется соглашением "О Совете по туризму СНГ", подписанным 9 сентября 1994 г., и другими актами.

Если перевозки имеют нерегулярный характер, то в ряде стран такие разрешения не требуются. Так в соответствии с двухсторонним соглашением между Россией и Италией разрешение на выполнение нерегулярных перевозок туристов автобусами не требуется в следующих случаях:

а) если группа одного и того же состава перевозится на одном и том же автобусе в продолжение всей поездки, начинающейся и заканчивающейся на территории той страны, где зарегистрирован автобус, т.е. в Российской Федерации;

б) если группа пассажиров одного и того же состава перевозится в одном и том же автобусе в одном направлении в продолжение всей поездки, начинающейся на российской территории, где зарегистрирован автобус, и заканчивающейся на территории другой страны, при условии, что автобус возвращается в страну, где зарегистрирован, пустым.

Разрешение также не требуется при замене неисправного автобуса другим автобусом.

При выполнении перевозок водитель автобуса должен иметь поименный список пассажиров.

При отсутствии вышеуказанных условий должны соблюдаться следующие правила, регулирующие нерегулярные автобусные перевозки между Италией и странами, не входящими в состав Европейского сообщества:

- необходимы разрешения для всех автобусов из Российской Федерации, въезжающих пустыми или с грузом на итальянскую территорию для осуществления нерегулярных рейсов;
- необходимы разрешения для "челночных рейсов" как с пунктом назначения в Италии, так и транзитных; автобусы, используемые для таких перевозок, должны иметь на борту как вышеуказанные разрешения, так и список пассажиров.

Для получения этих разрешений заинтересованные организации должны направить заявление в Министерство транспорта Российской Федерации, которое обеспечит передачу оригинала итальянскому Министерству транспорта и судоходства. Для выдачи запрашиваемых разрешений заявления должны быть получены заблаговременно до отправления автобусов в Италию и в любом случае не позднее чем за 3 дня до прибытия автобусов на итальянскую границу.

Заявления должны быть написаны на итальянском или английском языке и содержать следующие данные:

- название и адрес заинтересованной организации;
- тип и номерной знак используемого автобуса;
- цель поездки;
- количество пассажиров;
- предполагаемый маршрут;
- въездной и выездной итальянские пограничные пункты;
- дата въезда на итальянскую территорию и выезда.

При пересечении транспортным средством итальянской границы службам, осуществляющим контроль на границе, должен быть предъявлен список пассажиров в двух экземплярах, на одном из которых этими службами ставится контрольная отметка, что состав пассажиров при выезде с итальянской территории был тем же, что и при въезде.

Аналогичные требования существуют и в других Европейских странах.

В соответствии с международными соглашениями выработаны специальные требования к подвижному составу на международных маршрутах, которые включают в себя:

- соответствие международным стандартам по экологической безопасности (уровню шума, токсичности выхлопных газов, вибрациям, вредным испарениям и др);
- соответствие международным стандартам по массе, габаритам и нагрузке по осям;
- соответствие нормам безопасности;
- наличие символа (знака) международных перевозок и отличительного знака страны;
- требования к комфортабельности и др.

При организации международных перевозок автомобильным транспортом следует также решить следующие вопросы:

- технической помощи, ремонта и технического обслуживания как по пути следования, так и в конечном пункте за рубежом;
- стоянки, организации заправки, отдыха, питания, медицинского обслуживания;
- организации связи на трассе маршрута и др.

Основные требования к водителю, работающему на международных маршрутах:

- наличие соответствующей лицензии, удостоверения на право вождения, специальной стажировки;
- знание иностранного языка в пределах предъявляемых требований;
- работа двух водителей на маршруте;
- точное знание маршрута;
- форменная одежда;
- наличие полного пакета путевой документации по установленному перечню;
- наличие реквизитов, адресов и телефонов посольства, консульств и иных уполномоченных органов и др.

Права и обязанности перевозчика и туристов регламентируются договором на перевозки, договором на туристское обслуживание и ваучером. Билеты на международные перевозки бывают именные, на предъявителя и групповые. Билеты должны быть напечатаны на языках государств, в которых находятся начальный и конечный пункты поездки.

В договоре или ваучере должны быть указаны все условия перевозки (промежуточные остановки в пути следования, условия питания, ночлега, экскурсионного обслуживания, перевозки багажа и прочее).

Основной обязанностью перевозчика является выполнение условий договора на перевозки.

Если перевозка не состоялась по причине, не зависящей от перевозчика, он обязан (по возможности) быстро об этом известить пассажиров и оплатить (без вычетов) стоимость билета и всех услуг (если иное не предусмотрено договором). Если пассажир затратил деньги на поездку к начальному пункту, а поездка не состоялась, то перевозчик обязан компенсировать и эти затраты.

В случае задержки рейса более одного часа пассажиру выплачивается определенная компенсация (т.е. срабатывает штрафная санкция к перевозчику); это не касается форс-мажорных условий: эпидемий, стихийных бедствий, землетрясений, забастовок или других аналогичных причин.

В случае утери билета пассажиром по пути следования - пассажир обязан уплатить

стоимость проезда со штрафом.

В случае несоблюдения условий перевозки пассажиром (несоответствующее поведение, болезнь, представляющая опасность для других пассажиров, перевозка запрещенного багажа и др.) он может быть высажен на ближайшей остановке по маршруту движения без права потребовать возврата платежей.

Пассажир имеет право бесплатно(или со скидкой)провозить детей, ручную кладь, домашних животных в количествах, указанных в условиях перевозки.

При выполнении международных перевозок автобусами, как правило, дети до 5 лет, не занимающие отдельного места, провозятся бесплатно; дети до 5 лет, занимающие место - со скидкой 50% от стоимости "взрослого" билета. В ряде случаев предусмотрены иные льготы для детей.

Посадка и высадка пассажиров производится только в строгом соответствии с маршрутным предписанием. Неотложные остановки выполняются в соответствии с установленным в данной стране порядком.

Билет не дает права приостановить поездку пассажира и выйти в каком-то промежуточном пункте (без оснований выше изложенных).

Если по причине погранично-таможенного или санитарного контроля пассажир был снят с автобуса и не препровожден в начальный пункт поездки, то он имеет право продолжить поездку с данным билетом в течение 30 суток при наличии свободных мест в автобусе, по тому же маршруту. При этом в его билете должна быть отметка о причине вынужденной остановки.

Возврат билета перевозчику по инициативе туриста с оплатой его стоимости, за вычетом штрафа, может быть произведен не позже 24 часов до начала поездки. Другие взаимоотношения туриста и перевозчика регламентируются договором.

В большинстве стран Европы на "взрослый" билет пассажир имеет право бесплатно перевозить багаж до 30 кг и на детей до 20 кг. Ручная кладь не должна превышать размеры 60x40x20 см, а багаж - 100x50x30 см; платный багаж должен быть не более 50 кг на "взрослый" билет и не более 30 кг на детский билет.

В условиях перевозки есть перечень предметов, запрещенных к перевозке как ручной кладью, так и в багаже.

При сдаче вещей в багаж пассажир может объявить его сумму ценности (в валюте государства отправления). Верхний предел объявленной ценности регламентируется условиями перевозки или договором страхования. За прием багажа с объявленной ценностью с пассажира взимается отдельная плата.

Если пассажиру выдается багаж с повреждением (недостачей), то составляется соответствующий акт, заверенный подписью перевозчика и пассажира.

Если багаж не востребован в течение 24 часов, то он сдается на хранение (до 6 месяцев). Весь срок хранения оплачивает пассажир, если иное не указано в договоре страхования.

Пассажир обязан иметь при себе документы, дающие право пересекать границы, и прочие документы, оговоренные условиями перевозки.

Перевозчик не несет ответственности за утерю ручной клади. Багаж, не предъявленный пассажиру в течении 14 суток - считается утерянным.

Перевозчик или страховая компания несет ответственность:

- за ущерб, причиненный здоровью пассажиров, в размерах, предусмотренных законодательством и договором страховой ответственности;
- за порчу или недостачу багажа;
- за утерю багажа (в сумме объявленной ценности или по условиям договора страхования).

Максимальная сумма возмещения ущерба по Женевской конвенции не должна превышать 250 тыс. золотых франков на одного пострадавшего.

Все претензии и иски, связанные с нарушением условий перевозки, разрешаются в установленном порядке. Претензии перевозчику пассажир может предъявить на условиях, оговоренных в Гражданском кодексе Российской Федерации.

Суд не вправе требовать в соответствии с законом "О защите прав потребителей" от пассажиров судебных издержек на судопроизводство, если вина перевозчика доказана.

Право на предъявление иска по причине дорожно-транспортного происшествия (ДТП), связанного с ущербом здоровью (или смертью), имеет срок 3 года, а срок давности исчисляется в 5 лет со дня совершения ДТП.

Тарифы на перевозку пассажиров, багажа и оказание других услуг разрабатываются и утверждаются в каждой стране перевозчиком. Единых Международных тарифов не существует.

В странах Западной Европы тарифы исчисляются на километр пробега. В ряде стран Европы работает система льготных тарифов.

При групповой перевозке 15 пассажиров - скидка на 10 %; 20 - на 20 %; 35 - на 30 %; а более 45 - на 40 %. Если пассажир приобретает билет в оба конца, также предусмотрена скидка до 15 %.

Транспортные туристские путешествия в международном сообщении осуществляются также на личных, прокатных или взятых в аренду автомобилях. При этом такой туризм реализуется как по свободной программе, так и по целевому маршруту.

Групповой туризм на автомобилях с прицепами с полным комплексом жизнеобеспечения называется караванинг. Турист может перевезти свой автомобиль на судах, железной дороге, самолете и продолжать в нем путешествие по стране. Кроме того, предусмотрен прокат автомобилей, в том числе со льготой до 40 % если турист является обладателем карты IAPA, ETN и др.

Для обслуживания автотуристов по пути их следования функционируют:

- родители – дорожный отель на колесах (автопоезд), где помимо пассажирских мест имеются спальные места, а также кухня;
- кемпинги - лагерь для автотуристов, служащий для ночлега или непродолжительного отдыха;
- мотели - это гостиница, приспособленная для длительного пребывания туриста и его автомобиля.

В мотелях предусмотрены: благоустроенная стоянка, техническое обслуживание, ремонт, заправка автомобиля, его диагностика и др.

На международных туристских маршрутах целесообразно использовать зарубежные модели автобусов с высокими экологическими характеристиками и хорошими ходовыми качествами: "МЕРСЕДЕС", "РЕНО", "ВОЛЬВО", "СЕТРА", МАН, ДАФ и др., отвечающие международным стандартам.

## **10.6 Требования к безопасности транспортных путешествий.**

[Безопасность перевозки - это отсутствие недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения ущерба здоровью пассажиров и сохранностью подвижного состава.

Конструкция туристского автобуса должна обеспечить требуемую безопасность как в обычных, так и в чрезвычайных ситуациях.

Общие требования к безопасности туристского автобуса включают в себя минимально-достаточные условия для предотвращения дорожно-транспортных происшествий (ДТП).

Наиболее характерными ДТП являются:

- столкновение;
- опрокидывание;

- наезд на препятствие;
- наезд на пешехода или велосипедиста, мотоциклиста;
- наезд на стоящее транспортное средство;
- наезд на гужевой транспорт;
- наезд на животных;
- падение пассажира и др.

Расследование ДТП в зависимости от степени тяжести производится:

- специально созданной правительственной комиссией (при особо тяжелых ДТП);
- комиссией из должностных лиц автопредприятия, ГАИ и органов дознания или следствия;
- руководителем автопредприятия (служебное расследование).

В зависимости от тяжести ДТП разработаны процедура и сроки его расследования и учета.

Выпуск автобуса на линию производится при условии:

- прохождения его технического осмотра в ГАИ;
- специальной подготовки автобуса к транспортному путешествию (технический осмотр всех систем, обеспечивающих безопасность, заправка топливом, водой, антифризом, маслом, питьевой водой для туристов, обеспечение аптечкой, опознавательными знаками, огнетушителями, противооткатными башмаками, буксирным и аварийным тросом и т.д.);
- прохождения специального инструктажа;
- медицинского освидетельствования;
- наличия требуемой путевой документации.

Особые требования следует выполнять при путешествиях зимой, при неблагоприятных погодных условиях, при перевозке детей, путешествии по горным дорогам, в условиях холодных и жарких климатических поясов.

Перечень неисправностей и условий, при которых запрещается эксплуатация транспортных средств, перечислены в "Правилах дорожного движения" и "Правилах технической эксплуатации".

В автобусе должны быть верхние и боковые аварийные люки размером 600x800 мм с указателями порядка их использования.

Особые требования предъявляются к тормозной системе. Автобус должен быть оборудован тремя независимыми тормозами: служебным, аварийным, стояночным, а также антиблокировочным устройством.

Все ручки в салоне должны быть утопленного типа, а поручни и другое оборудование салона не должны иметь выступающих травмоопасных частей. Первый ряд кресел оборудуется ремнями безопасности (в горных условиях - все кресла).

Все стекла должны быть травмобезопасными. Должна быть предусмотрена система аварийного освещения и отопления. Автобус должен иметь радиотелефонную или иную надежную связь.

На дальних внутренних и всех международных маршрутах автобус должен быть оборудован тахографом.

Другие требования к транспортным путешествиям изложены в "Правилах перевозки пассажиров", а также в должностных инструкциях водителя.

## **10.7 Новые виду экологически чистых транспортных средств.**

Кроме вышеперечисленных факторов потенциальной травмоопасности, туристский автобус является источником экологического загрязнения, в виде:

- вредных выхлопных газов от сгораемого топлива (окись углерода, окислы азота,

- свинца и т.д.);
- неприятных бензопереновых запахов;
- шума и вибраций;
- дорожной и резиносодержащей (от шин) пыли, дыма.

Наиболее опасными являются выхлопные газы от сгорания бензина или дизельного топлива.

В этой связи весьма актуальной проблемой в мире является создание экологически чистого подвижного состава, в том числе для туристских путешествий.

В настоящее время наиболее перспективными разработками являются:

- перевод существующих транспортных средств на газообразное топливо (сжиженный и сжатый газ);
- внедрение электрической тяги (электромобиль, электробус);
- внедрение водородного двигателя;
- внедрение энергии маховика (гиробус);
- внедрение солнечной энергии и др.

Перевод существующих транспортных средств на газообразное топливо уже интенсивно внедряется во многих странах, в том числе в России. Как правило, это недорогая модернизация, позволяющая работать в двух режимах: на жидком (нефтяном) топливе и газе или в одном - только на газообразном топливе. Основное преимущество газокарбюраторных, газодизельных и газотурбинных двигателей - это резкое (до 70 %) снижение уровня токсичности выхлопных газов, снижение уровня шума, а также экономия дорогостоящего жидкого топлива. Газовое топливо отличается высокой однородностью и хорошими антидетонационными свойствами. Эксплуатационные затраты при этом снижаются на 30-50 %.

Широкое распространение получили газобаллонные автомобили и автобусы в Италии (400 тыс. ед.), США-350 тыс., в Голландии - 50 % всего автомобильного парка.

В 80-90 годы в системе ЦСТЭ была переоборудована часть туристских автобусов типа ЛАЗ, ИКАРУС, РАФ, ЛИАЗ на газообразное топливо. Широкому внедрению газификации автотранспорта в России препятствует медленное строительство газозаправочных станций, отсутствие дефицита нефтяного топлива, неудовлетворительное состояние контроля загрязнения окружающей среды и другие факторы.

По расчетам фирмы "Greyhound lines" (США) - эксплуатация 5300 газотурбинных городских автобусов может ежегодно давать экономию 3,25 млн. долларов.

С точки зрения безопасности специалисты считают, что газотурбинный автобус имеет более высокие динамические показатели (пуск, разгон, торможение).

При использовании сжатого газа баллоны, как правило, размещаются на крыше автобуса. При этом любая разгерметизация баллона не является опасной, так как будучи легче воздуха, он мгновенно улетучивается вверх.

При использовании сжиженного газа, его баллоны размещаются внизу, что позволяет этому газу, который в несколько раз тяжелее воздуха, опускаться вниз.

В ряде случаев используется природный бытовой газ или газоконденсатное топливо.

Более экологически чистым является привод на электрической тяге (электромобиль, электробус). Его внедрение осуществляется повсеместно, а в ряде стран Европы стимулируется на государственном уровне (налогами, снижением стоимости электромобиля и др.).

Источником электрической энергии служат различные аккумуляторы, топливные электрические элементы, воздушно-цинковые генераторы и др. Их общим недостатком является низкая энергоемкость (около 30 Вт/час на 1кг. массы).

Высокая энергоемкость литиевых, серебряно-цинковых элементов пока неконкурентна по

цене.

Аккумуляторы на электробусах размещаются либо в подпольной его части, либо на отдельном прицепе-тележке.

Расположение в подпольной части повышает устойчивость автобуса к опрокидыванию. В целом, внедрение электрической тяги полностью решает вопрос токсичности, кроме того электробусы более просты в управлении, обеспечивают плавное изменение крутящего момента, запуск при любой температуре, эффективное торможение, снижение уровня шума.

Электромобили и электробусы широко используются в Германии, США, Японии, Великобритании.

В России электромобили используются, в основном, в крупных городах для грузовых перевозок.

Экологически чистым (практически стерильным) является водородное топливо. В настоящее время технология получения чистого водорода позволяет использовать его в качестве дешевого автомобильного топлива в так называемых топливных реакторах. При этом практически не изменяется конструкция Двигателя: вводятся дополнительные емкости со специальным порошком и водой, при реакции которых образуется чистый водород, который направляется в топливную систему. Ведутся поиски дешевой технологии получения водорода из воды.

Водородный двигатель в настоящее время используется на легковых автомобилях; проводятся эксперименты по его использованию на автобусах.

В США, Германии и Японии созданы опытные образцы экологически чистых автобусов, работающих на паре. В Швейцарии и США созданы автобусы, работающие на энергии раскрученного маховика (гиробуса), запас хода с одной зарядки (раскрутки) которых составляет около 50 км. Это удобно для экскурсионных путешествий по городу.

В России более 20 инерционных двигателей и их узлов защищены авторскими изобретениями и патентами. Опытное внедрение их реализовано на автобусе ЛАЗ.

В 1971 году в Голландии на городской автобус был установлен двигатель внешнего сгорания (двигатель Стирлинга). "Топливом" для данного двигателя может служить любая жидкость или газ. Так как здесь отсутствует взрыв газовой смеси, то эти двигатели малозумны, нетоксичны и имеют высокие ходовые качества. Специалисты утверждают, что к 2000 году многие страны приступят к их серийному производству.

Развитие туризма и транспортных путешествий стимулирует разработку и внедрение новых экологически чистых транспортных средств.

## **11. ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ**

### **11.1 Классификация экскурсий.**

Экскурсионное обслуживание является частью комплексной туристской услуги. Экскурсия - это форма познания действительности и расширения кругозора путем посещения достопримечательных объектов.

Экскурсия, как форма туристской услуги, обладает рядом признаков:

- наличием доступных экскурсионных аттрактивных ресурсов;
- наличием экскурсантов и экскурсовода;
- передвижением во время экскурсии по выбранному маршруту;
- целенаправленностью;
- тематикой.

Требования, предъявляемые к экскурсии:

- достоверность информации;
- культурно-познавательная значимость;
- полнота изложения;
- точность построения и законченность исполнения;
- удовлетворение интересов экскурсантов.

Экскурсии классифицируют по ряду признаков:

- содержанию;
- тематике;
- составу участников;
- месту проведения;
- способу передвижения;
- продолжительности;
- форме проведения.

Каждому признаку отвечают присущие ему компоненты, специфика и особенности.

По содержанию экскурсии бывают многоплановые (обзорные) и тематические.

Тематические экскурсии, как правило, посвящены одной теме (или событию) или группе событий, объединенных одной темой. Такие экскурсии подразделяются на несколько групп:

- природоведческие;
- экологические;
- исторические;
- искусствоведческие;
- литературные;
- производственные и др.

Каждая из этих групп классифицируется на подгруппы.

Так, исторические экскурсии могут быть:

- краеведческими;
- военно-историческими;
- этнографическими;
- археологическими.

В свою очередь, данные подгруппы можно подразделить на классы. Например, подгруппа археологических экскурсий может быть подразделена на:

- наземно-археологические;
- подводно-археологические.

Экологические экскурсии также классифицируются по подгруппам и классам:

- экология города;
- экология и человек;
- экология, животный и растительный мир;
- экология водного и воздушного бассейна и т.д.

Искусствоведческие экскурсии подразделяются на несколько подгрупп:

- картинные галереи и выставочные залы;
- народные художественные промыслы;
- театральные;
- историко-музыкальные и др.

Производственные экскурсии можно подразделить на следующие подгруппы:

- производственно-экологические;

- производственно-исторические;
- производственно-технические.

Производственно-экономические экскурсии могут быть узконаправленными:

- банковская деятельность;
- биржевая деятельность;
- рынок недвижимости и др.

Следует отметить, что такая классификация экскурсий является условной, ибо в одной выбранной тематике, как правило, переплетаются несколько близких.

По составу участников экскурсии подразделяются на:

- индивидуальные;
- групповые;
- экскурсии для местного населения;
- экскурсии для приезжих туристов;
- экскурсии для школьников, студентов;
- экскурсии для инвалидов и др.

По месту проведения экскурсии можно классифицировать на:

- городские;
- загородные;
- путевая информация на междугородных маршрутах.

По способу передвижения экскурсии бывают пешеходные, с использованием транспортных средств и комбинированные. В ряде городов России и мира функционируют специальные экскурсионные пешеходные зоны (кварталы), где запрещено движение всех видов транспорта.

За рубежом в экскурсионных зонах, в ряде случаев, используется экологически чистый и бесшумный наземный транспорт (движущийся тротуар, фуникулер, электробус и др.).

Продолжительность экскурсий составляет от нескольких часов до суток.

В маршрутах выходного дня может быть предусмотрено несколько экскурсий разной продолжительности.

По форме проведения экскурсии классифицируются на обычные, учебные, рекламные, экскурсия-массовка, экскурсия-прогулка, экскурсия-лекция, экскурсия-концерт и др.

Вышеприведенная классификация экскурсий облегчает работу туроператора при формировании тура, а также работу экскурсовода при разработке методики ее проведения.

Обобщенная классификация экскурсий приведена на рис. 15.

## **11.2 Технология подготовки и проведения экскурсий.**

Подготовка экскурсий реализуется в несколько этапов:

- выбор темы экскурсии;
- создание новой экскурсии под выбранную тему;
- подготовка экскурсовода для проведения данной экскурсии.

Выбор темы экскурсии зависит от потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного создания "банка" (портфеля) экскурсий. Тема экскурсии должна объединить все объекты посещения в единое целое.

Подготовка экскурсии ведется творческой группой, состав которой зависит от темы экскурсии. Здесь могут быть привлечены работники музеев, галерей, научных учреждений, специализированных туристско-экскурсионных организаций и т.д.

Работа начинается с подбора материала по теме и его изучение, отбора объектов, используемых в данной экскурсии, а также накопление знаний по всем разделам темы.

При сборе материалов по данной теме целесообразно составить библиографию литературных и иных источников, а также использовать различные архивные материалы, воспоминания участников событий и очевидцев, кино-видеохронику.

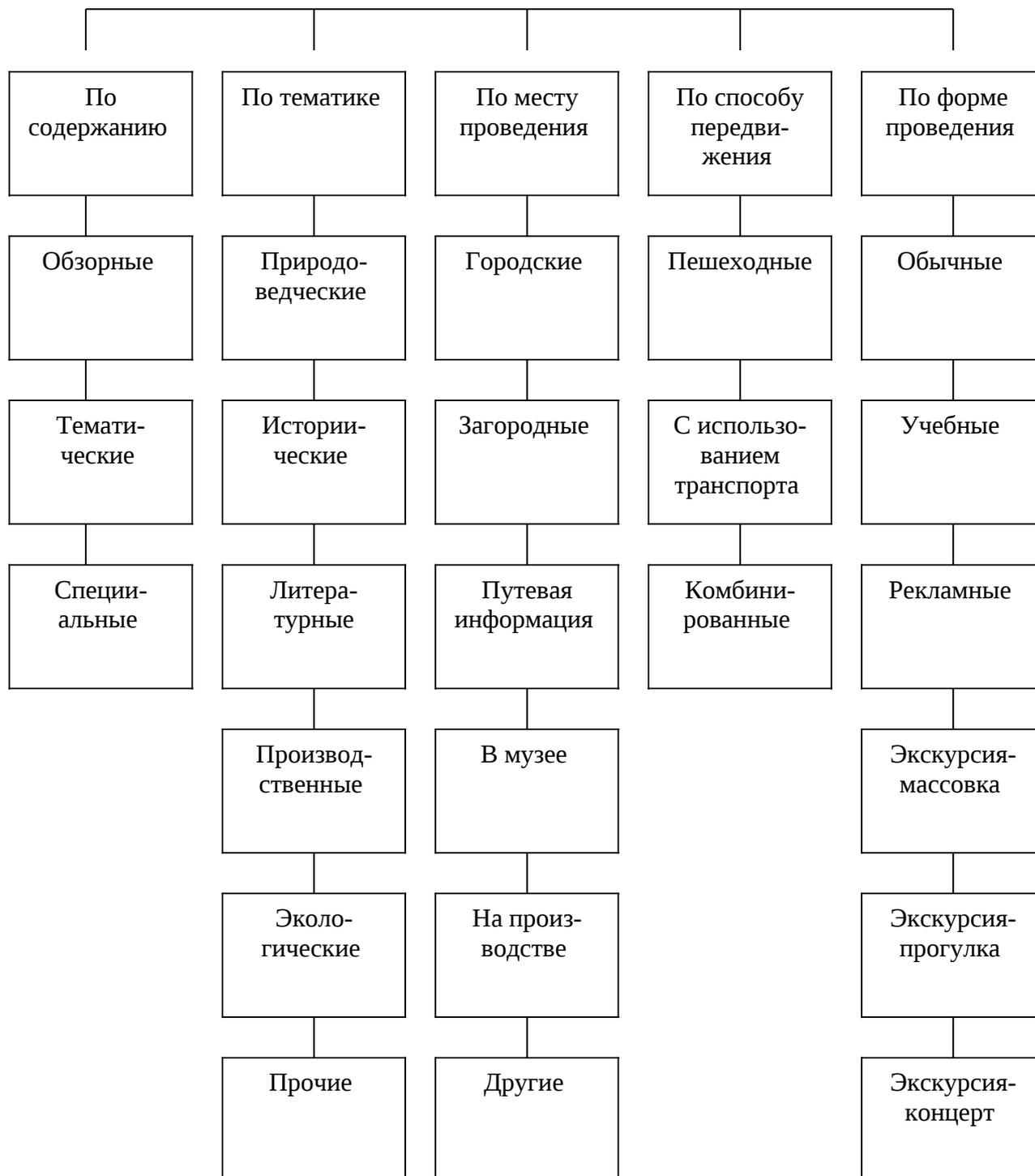
Значительную помощь в облегчении поиска и систематизации материала экскурсий могут оказать компьютерные энциклопедии, в том числе мультимедийные базы данных на лазерных дисках (CD-ROM).

Одним из важных этапов создания экскурсии является правильный подбор объектов показа. В России на государственном учете находится более 100 тысяч памятников архитектуры, истории, археологии, культуры, а в музеях страны хранится около 40 миллионов экспонатов.

В качестве объектов экскурсий могут быть:

- места, связанные с историческими событиями;
- природные объекты и заповедники;
- здания и сооружения;
- мемориальные памятники и комплексы;
- произведения архитектуры и градостроительства;
- оригинальные инженерные сооружения;
- объекты, связанные с жизнью выдающихся личностей;
- технические экспонаты;
- памятники искусства;
- экспозиции музеев, картинных галерей, выставок;
- археологические памятники.

# Классификация экскурсий



**Рис. 15. Обобщённая классификация экскурсий.**

При обилии таких объектов, связанных с темой, следует особое внимание уделить их правильному отбору с учетом их аттрактивное, познавательной ценности, содержания,

функционального назначения, степени сохранности, доступности и безопасности.

Если по данной теме таких объектов мало или вообще отсутствует, то следует это восполнить дополнительными возможностями, используя иллюстративный материал, макеты, воспоминания очевидцев, киноvideоматериалы и др.

Целесообразно, чтобы у каждой экскурсии были свои объекты, присущие выбранной теме, в ряде случаев и экзотические.

Экскурсия не должна быть перегружена большим числом посещаемых объектов, так как это увеличивает ее длительность. Длительные экскурсии утомительны и внимание и интерес туристов при этом ослабевают.

Оптимальная продолжительность городской экскурсии составляет 2-3 часа, при этом экскурсанты с интересом воспринимают не более 15-20 экскурсионных объектов.

При подготовке экскурсии целесообразно составить паспорта (карточки) объектов, включающие в себя:

- наименование объекта;
- события, связанные с этим объектом;
- даты совершения данных событий;
- местонахождение объекта;
- данные об авторах объекта (если таковые имеются);
- источники сведений о данном объекте;
- сохранность объекта;
- безопасность при его посещении;
- фотографии или видеосъемка объекта;
- другие сведения.

Данные карточки используются как для конкретно разрабатываемой темы, так и для будущих экскурсий. Процесс создания экскурсий также включает в себя:

- разработку экскурсионного маршрута;
- разработку текста экскурсии;
- создание методики проведения экскурсии;
- разработку и изготовление наглядного демонстрационного материала (фото, видео, плакат);
- определение перечня привлеченных средств на проведение экскурсии (транспорта, технических средств);
- калькуляция затрат на проведение экскурсии;
- определение нормы прибыли и расчет цены на данную экскурсионную услугу;
- контрольная обкатка экскурсионного маршрута путем его объезда или обхода;
- утверждение экскурсии в установленном порядке;
- рекламу экскурсионного маршрута.

Разработка туристского маршрута для автобусных путешествий подробно рассмотрена в разделе 7.

Создание городских экскурсионных маршрутов, в том числе пешеходных, имеет свои особенности.

Такой маршрут строится по принципу наиболее правильной последовательности осмотра объектов. При этом следует учитывать:

- доступность объекта;
- наличие площадки для его осмотра;
- наличие парковки транспортного средства;
- безопасность осмотра объекта;
- ограничения посещения объекта по времени суток, дням, месяцам, сезонам;

- наличие по пути следования пунктов продажи туристских сувениров, связанных с данным объектом, пунктов питания, водоснабжения, туалетов и пр.

Для городских экскурсий наиболее важным является показ объектов в логической последовательности за сравнительно короткое время. Такие экскурсии строятся по тематическому, хронологическому или тематико-хронологическому принципу.

Многоплановые (обзорные) экскурсии базируются как на современном, так и на историческом материале. В данных экскурсиях материал подается в виде обзора крупным планом. Если это обзорная экскурсия по городу, то материал излагается последовательно в хронологических рамках времени от первого упоминания о городе до сегодняшнего дня, включая перспективы его развития. Аналогично проводятся обзорные экскурсии по предприятиям, музеям, заповедникам.

Построение обзорных экскурсий при передвижении между городами (по стране) строится по принципу аттрактивности и значимости объектов, к которым привлекается внимание туристов.

Здесь большое значение имеет умение экскурсовода в краткой фрагментарной форме рассказать об объекте за минимальное время и успеть ответить на вопросы, ибо впереди по ходу движения появляется также новый объект. Здесь важную роль имеет глубокое знание маршрута, общая подготовка темы, элементы импровизации.

Интервал показа объектов при городских экскурсиях не должен быть менее 15 минут. Целесообразно один объект осматривать за один переход или переезд, не возвращаясь к нему еще раз. Следует выбрать время посещения объекта таким образом, чтобы по возможности, не ожидать доступа к нему, а если это неизбежно - данное время используется как введение в тематику, связанную с данным объектом.

У экскурсовода должно быть несколько запасных вариантов маршрута, если основной перекрыт по причине дорожно-транспортного происшествия, ремонтных работ, загруженности трассы и т.д.

При пробном обходе или объезде маршрута экскурсовод обязан:

- ознакомиться с планировкой трассы и расположением улиц и площадей;
- выяснить места разрешенных стоянок транспортных средств;
- определить местонахождение объекта и различные способы пешеходной и транспортной доступности к нему;
- выбрать площадки для наилучшего показа объекта;
- провести хронометраж маршрута;
- выявить потенциально-опасные места для передвижения по маршруту и обеспечить безопасность туристов;
- выбрать оптимальную методику ознакомления с объектом.

После пробного обхода (объезда) создается контрольный текст. Контрольный текст экскурсии желательно смоделировать в лингафонном кабинете в режиме реального времени.

Текст должен содержать вступление, основную часть, заключение и логические переходы.

На основании контрольного текста экскурсовод готовит индивидуальный текст, а также различные варианты данной экскурсии. По содержанию контрольный и индивидуальный тексты должны быть одинаковы.

При проведении экскурсии любые факты следует

сопровождать датами и ссылками на источники информации. Наряду с индивидуальным текстом экскурсий экскурсовод должен иметь свой "портфель" с комплектом наглядных пособий: фотографий, макетов, муляжей, проектов, эскизов, копий подлинных документов, записи голоса и др.

Методические приемы экскурсовода зависят от его квалификации, темы экскурсии, состава экскурсантов, содержания "портфеля".

На основании контрольного текста, "портфеля" экскурсовода", контрольного обхода (объезда), хронометража маршрута составляется паспорт (карточка) экскурсионного маршрута. Методическая комиссия принимает данную экскурсию, которая утверждается в установленном порядке. На основании приказа (или договора) проведение данной экскурсии поручается экскурсоводу, который, как правило, принимал участие в ее разработке и "защитил" ее на методическом совете.

Ниже приведены примеры разработанных и действующих в 1996 году в Москве городских и пригородных экскурсионных маршрутов различной направленности.

1. Москва-столица нашей родины (обзорная экскурсия).
2. "Недаром помнит вся Россия" - Москва 1812 года.
3. Из истории монастырей Москвы.
4. Мировые религии в архитектурных памятниках Москвы.
5. Каменная летопись Москвы (архитектурный обзор).
6. 50-летию Победы посвящается (с посещением мемориала на Поклонной горе).
7. Москва-спортивная.
8. "Рюриковичи и Романовы в Москве" - с посещением музея восковых фигур.
9. "В гости к космическим братьям и сестрам" - с посещением музея ВВС или Звездного городка.
10. "Дворянские гнезда Москвы" - усадьба Кусково, Кузьминки.
11. "Литературные адреса Москвы" - Пушкины в Москве.
12. "Играй, театр, играй" - Москва театральная.
13. "Тайны имен Москвы" - топонимика Москвы.
14. "На семи холмах" - москвоведение.
15. Зарядье, Новодевичий монастырь, Московский Сити, Китай-город, Ваганьковское кладбище – пешеходная экскурсия по Москве.
16. Москва-река до Крылатского, Москва-река до Коломенского, Канал им. Москвы - водные экскурсии.
17. Калуга - Оптина Пустынь.
18. "Край древних озер" - оз. Киево, Долгое, Круглое.
19. "Щедрый лес" - поход за грибами.
20. "Восьмое чудо света" - Коломенское.
21. "Город сей пречист и пригож" - экскурсия в Суздаль.
22. "Виват, Петрофлот!" - экскурсия в Переславль-Залесский.
23. "Страницы летописи Российской" - экскурсия в Ростов Великий и др.

## **12. САМОДЕЯТЕЛЬНЫЙ ПОХОДНЫЙ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ\***

Самодетельный туризм - это походы и путешествия по маршрутам, разработанным самими туристами или рекомендованным туристскими клубами.

Как правило, самодетельный туризм характеризуется активными способами передвижения. При этом маршрут, состав туристской группы, снаряжение, обеспечение продуктами питания, способ передвижения и финансирование организуются самостоятельно, так называемыми, самодетельными туристами. Такие маршруты могут быть и плановыми и готовятся туристскими клубами, бюро путешествий и экскурсий или туристско-спортивными организациями.

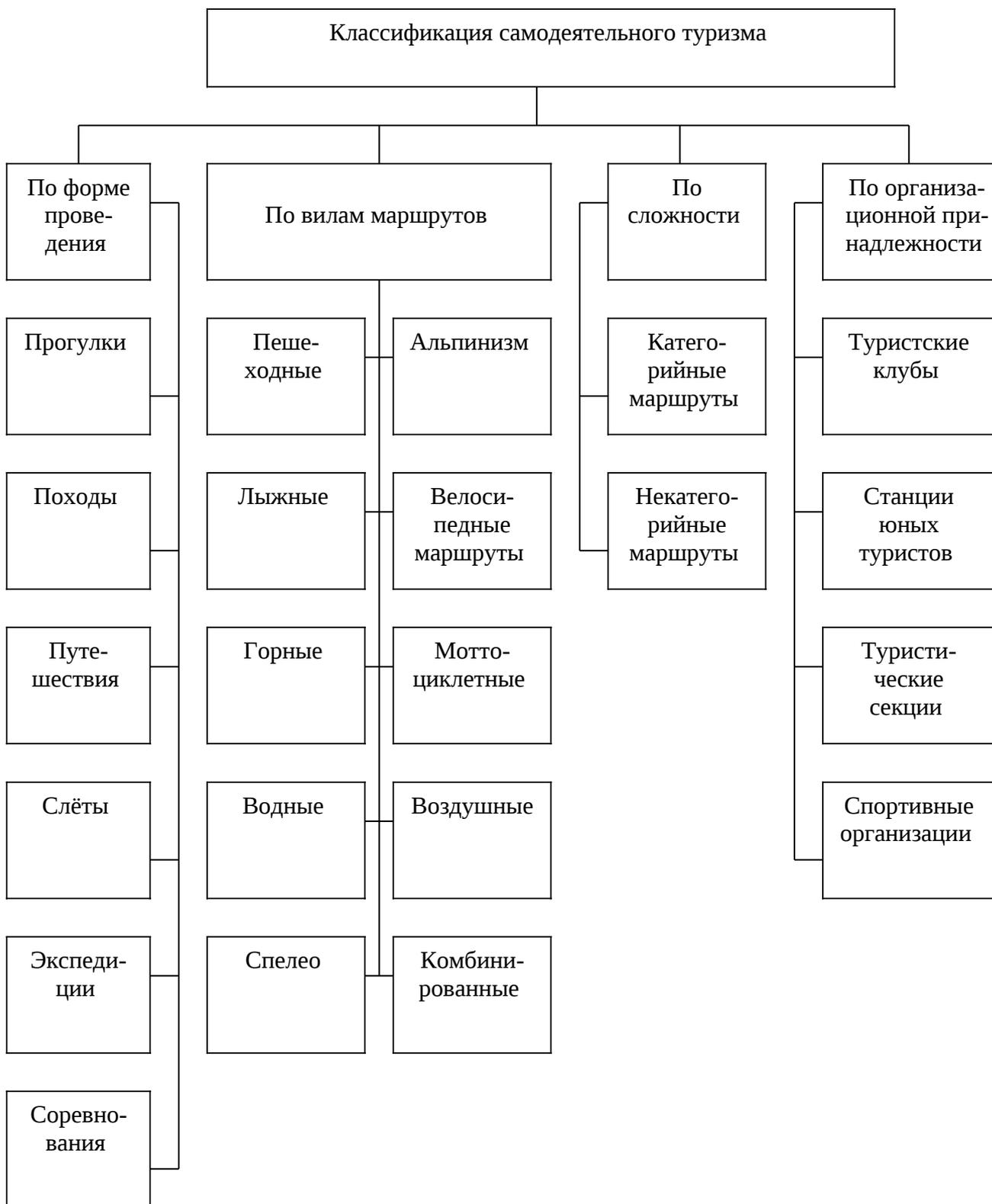
Особенностью такого туризма является его спортивный характер и участие в нем молодежной возрастной категории. Деятельность данного вида туризма регламентируется "Правилами организации и проведения самодетельных туристских походов и путешествий", а также ведомственными инструкциями Министерства образования, Государственного комитета по физкультуре и туризму и рекомендациями Туристско-спортивного союза России, Центра детско-юношеского туризма и др.

В бывшем СССР в 96 тысячах туристских секций и 927 клубах регулярно занималось около 9 млн. самодетельных туристов.

### **12.1 Классификация походов и путешествий по самодетельным туристским маршрутам.**

Классификация самодетельного туризма (рис. 16) носит условный характер и определяется основными формами туристских мероприятий с активными способами передвижения, к числу которых относятся:

- походы и экспедиции;
- туристские слеты;
- туристско-спортивные соревнования;
- учебные туристские семинары и др.



**Рис. 16. Классификация самостоятельного туризма.**

Туристский поход - это путешествие по маршруту, проложенному по пересеченной местности, с использованием активных способов передвижения.

Походы подразделяются по видам туризма (пешеходные, лыжные, горные, водные и др.), по протяженности маршрута, по категории сложности, по продолжительности.

Туристские походы можно также подразделить по признаку цели на:

- оздоровительные;
- спортивные (туриады);

- учебно-тренировочные;
- научно-познавательные;
- приключенческие (экзотические).

Экспедиция - путешествие в малоизученный район с конкретно выбранной целью: исследование района, испытание снаряжения, выполнение научной или методической задачи.

Туристский слет - это сбор туристов в определенном месте на природе для выполнения предварительно намеченной программы. Обычно слеты проводятся по видам самодеятельного туризма (слет туристов-водников, велосипедистов, горных туристов и т.д.).

Туристско-спортивные соревнования - это комплексное мероприятие по технике определенного туризма (по технике лыжного, горного, водного туризма, туристско-спортивного ориентирования на местности и др).

Кроме вышеперечисленных видов мероприятий самодеятельный туризм классифицируется по видам туризма:

- пешеходный;
- лыжный;
- водный;
- горный;
- велосипедный;
- автотуризм;
- спелеологический и др.

Данные виды туризма характеризуются способом передвижения, видом преодолеваемых препятствий, протяженностью, снаряжением, категорией сложности.

## 12.2 Организация походного и спортивного туризма.

Организация походов и путешествий в рамках самодеятельного туризма проводится специально подготовленными, в ряде случаев имеющими лицензию, квалифицированными специалистами, к числу которых относятся:

- туристский организатор;
- руководитель туристского похода;
- инструктор по туризму;
- судьи по туризму;
- методисты;
- работники контрольно-спасательных служб (КСС).

Данные специалисты являются как штатными работниками туристских учреждений, так и внештатными (общественный актив самодеятельного туризма).

Организация и проведение туристских походов регламентированы перечисленными выше документами, а также "Правилами проведения туристских спортивных походов", "Инструкциями по организации и проведению туристских походов, экспедиций и экскурсий с учащимися", "Разрядными требованиями по спортивному туризму" и другими рекомендациями туристско-спортивного союза России.

В соответствии с данными требованиями туристские походы проводятся группами под руководством руководителя группы. Из состава группы назначаются завхоз по снабжению и питанию, ответственный по снаряжению. В составе группы должен быть врач или фельдшер.

В зависимости от цели похода рекомендуется вести его дневник и делать фотографии, видеосъемку. Численность группы определяется категорией и сложностью маршрута и требованиями по безопасности. Оптимальной считается группа в количестве 10-12 человек. Участник похода должен хорошо знать правила проведения спортивных и туристских походов,

быть достаточно подготовленным и тренированным, дисциплинированным и выполнять указания руководителя.

Руководителем группы может быть как штатный инструктор туристского клуба, так и опытный, авторитетный участник похода, уже прошедший несколько сложных походов.

Существует несколько званий инструктора:

- инструктор по туризму;
- старший инструктор;
- инструктор-методист;
- инструктор-тренер.

Правила проведения туристских походов должны неукоснительно выполнять все его участники, а также люди, причастные к его организации.

Походы могут быть целевыми:

- для выполнения норм на значки "Юный турист" или "Турист";
- для получения спортивных разрядов в соответствии с "Единой спортивной классификацией".

Требования к походам различных категорий сложности определяются в соответствии с таблицей нормативов - табл. 9.

Нормативы для выполнения соответствующих юношеских разрядов по туризму имеют показатели на 50 % ниже, как по протяженности, так и по длительности - табл.10.

Минимальный состав группы в походах низшей категории сложности для взрослых - 4 человека, для туристов школьников - 8 (кроме лыжных и горных).

Максимальное число участников похода зависит от его сложности:

- прогулки, одно-двухдневные походы, экспедиции, экскурсии - до 30 человек;
- походы 1, 2, 3 степени сложности(юношеские нормативы) - до 20 человек;
- походы 1 категории сложности - до 15 чел;
- походы 2-3 категории сложности - до 12 человек.

Таблица 9.

Виды туризма и характеристики походов	Категории сложности походов					
	1	2	3	4	5	6
Продолжительность похода в днях (не менее)	6	8	10	13	16	20
Продолжительность походов в км (не менее)						
Пешеходные	130	160	190	220	250	300 300
Лыжные	130	160	200	250	300	160
Горные	100	120	140	150	160	190
Водные (на гребных судах)	150	160	170	180	190	—
Велосипедные	250	400	600	800	1100	—
На мотоциклах	1000	1500	2000	2500	3000	—
На автомашинах	1500	2000	2500	3000	3500	—
Спелео походы (число пещер)	5	4-5	1-2	1-2	1	

Таблица 10.

Степень сложности	Вид маршрута	Протяженность маршрута, км	Продолжительность, дни	Возраст участников, лет (минимальный)
3	Пешеходный	75	6-8	13
	Лыжный	75	6-8	13
	Пешеходный в горах	60	6-8	13

	Велосипедный	120	6-8	14
	Водный (на байдарках)	60	6-8	14
2	Пешеходный	50	4-6	12
	Лыжный	50	4-6	12
	Пешеходный в горах	40	4-6	12
	Велосипедный	80	4-6	14
	Водный (на байдарках)	40	4-6	13
1	Пешеходный	30	3-4	11
	Лыжный	30	3-4	11
	Пешеходный в горах	25	3-4	11
	Велосипедный	50	3-4	14
	Водный (на байдарках)	25	3-4	12

Если в категорийном и степенном походах участвуют более 3-х групп с количеством участников не менее 35 человек, а их графики и маршруты совпадают, то назначается для общего руководства дополнительно старший инструктор.

К руководителю туристской группы предъявляются требования, изложенные в табл.11.

Таблица 11.

Сложность похода (степень, категория)	Минимальный возраст, лет	Туристский опыт и практические навыки руководителя группы
Первая степень сложности	18	Руководство двумя двухдневными походами
Вторая степень сложности	18	Участие в походе второй степени сложности, руководство походом первой степени сложности
Третья степень сложности	18	Участие в походе третьей степени сложности, руководство походом второй степени сложности
1 категория сложности	18	Участие в походе 1 категории сложности, руководство походом третьей степени сложности - для пешеходного туризма. Для всех видов туризма (кроме пешеходного): участие в походе 2 категории сложности, руководство походом третьей степени сложности
2 категория сложности	19	Участие в походе 3 категории сложности, руководство походом 1 категории сложности
3 категория сложности	20	Участие в походе 4 категории сложности, руководство походом 2 категории сложности
4 категория сложности	21	Участие в походе 5 категории сложности, руководство походом 3 категории сложности
5 категория сложности	22	Участие в походе 5 категории сложности, руководство походом 4 категории сложности

Руководитель группы должен иметь достаточный туристский и специальный (по видам туризма), опыт. Для походов второй степени сложности - в объеме 26 часового семинара, третьей степени сложности - в объеме семинара начальной туристской подготовки.

Для 1 категории сложности необходима подготовка в объеме семинара инструкторов школьного туризма, 2 категории - в объеме средней туристской подготовки.

В числе дополнительных требований к руководителю группы следует отнести:

- знание основ психологии, педагогики и возрастной физиологии;
- способность оказать доврачебную медицинскую помощь.

Руководитель группы отвечает за безопасность, здоровье и жизнь ее участников, а также за проведение похода в соответствии с намеченным планом.

Подготовка похода требует выполнения следующих этапов:

- изучение трассы и ее особенностей;
- определение цели, вида и категории (степени) сложности;
- определение суммы расходов и возможные источники финансирования;
- расчет продолжительности похода в днях;
- разработка мероприятий по безопасности;
- комплектация и испытание необходимого снаряжения;
- заготовка продуктов питания;
- разработка плана графика по срокам и мероприятиям;
- подбор состава участников и распределение обязанностей;
- оформление туристской документации;
- медицинское освидетельствование участников;
- практическая и теоретическая подготовка участников к походу;
- упаковка снаряжения, оборудования, продуктов и пр.

Перед походом 2 и 3 степени сложности и 1 -2 категории за 10 дней до выхода группы следует направить сообщение контрольно-спасательной службе (КСС), в зоне действия которой проходит маршрут.

Во время похода следует предпринять все усилия, чтобы пройти маршрут в соответствии с планом-графиком.

Сложные и опасные участки маршрута следует проходить маленькими группами под контролем руководителя и его заместителя.

При прибытии группы на начальный пункт маршрута руководитель производит ее регистрацию на КСС, а также извещает свою организацию о выходе на маршрут. Участки маршрута преодолеваются в определенном порядке с выделением направляющего и замыкающего; руководитель группы корректирует их действия.

Группа на маршруте не должна разделяться, если этого не требуют специальные условия безопасности.

Особое внимание следует уделять движению во время плохой погоды, недостаточной видимости, сильного ветра и т.д. Руководитель при этом принимает решение о внеплановой остановке.

Место остановки должно выбираться с учетом его безопасности, удобства, близости к источнику воды. Лагерь разбивается по установленным правилам с учетом пожарной и экологической безопасности, если на маршруте нет оборудованных стоянок.

Руководитель группы должен иметь подробную карту маршрута, компас, средства связи, а также регулярно получать от КСС прогноз погоды. В конце маршрута производится регистрация в КСС и сообщение в организацию информации об окончании маршрута и возвращении.

После завершения похода руководитель оформляет требуемую документацию, сдает снаряжение и готовит справки участникам о прохождении маршрута, а выполнившим нормативы - представление на получение удостоверений и значков (типовая форма отчета утверждена туристско-спортивным союзом России).

Желательно организовать итоговый вечер для просмотра фотографий, слайдов, видео-кинофильмов.

### **13. БИЗНЕС-ПЛАН ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ**

Одним из важнейших этапов создания туристской фирмы является ее бизнес-план (бизнес-программа) будущей деятельности. Он является основой финансового менеджмента

как для вновь создаваемой, так и уже функционирующей фирмы.

Разработка бизнес-плана новой фирмы производится поэтапным (итеративным) методом, а конечной целью данной разработки является обоснование целесообразности создания данного предприятия или реализация его инвестиционных программ.

Первой составляющей бизнес-плана для нового предприятия является выбор основного вида уставной деятельности. Если предприниматель в силу вышеизложенных причин (см. тема 2) выбрал туристскую деятельность как основной вид, то следует при этом решить еще две проблемы.

1. Выбрать сопутствующие виды деятельности, т.е. диверсифицировать основу своего бизнеса для снижения финансовых рисков ввиду того, что туристский бизнес весьма чувствителен к целому ряду объективных или форс-мажорных факторов: политических, экономических, инфраструктурных и пр. При самых благоприятных условиях для туристского предприятия не сегодня-завтра ситуация может стать прямо противоположной, не зависящей от предпринимателя (международные конфликты, изменение налоговой политики, таможенных пошлин, транспортных тарифов, уровня инфляции и т.д.).

2. Желательно выбрать такие виды основной или дополнительной деятельности, которые бы были приоритетными на длительный период, имели бы определенные налоговые льготы на федеральном или местном уровне, т.е. заложить изначально в бизнес-план стабилизирующие финансовые факторы и факторы профилактики от банкротства.

Пример. В связи с резким падением доходов от туристской деятельности в одной из крупных туристских фирм г. Москвы была разработана и реализована программа диверсификации. Она включала в себя разработку бизнес-программ организации малых мобильных производств с приоритетными видами деятельности (производство продуктов питания: мясных продуктов и полуфабрикатов, пива, минеральной воды и других безалкогольных напитков, кондитерских изделий и пр.). Для этого были построены комплексы мясоперерабатывающего и пивоваренного производства и организованы новые точки реализации продукции: рестораны, кафе, бары, магазины. Производство данной продукции мало зависит от вышеперечисленных факторов риска. Тем самым были решены одновременно четыре основные задачи:

- сохранены объемы доходов фирмы на прежнем уровне за счет дополнительной деятельности;
- значительно снижены факторы риска за счет внедрения программы диверсификации;
- созданные производства входят в перечень приоритетных и льготируются по налогу на прибыль в рамках малых предприятий (100 %-ная льгота на первые два года деятельности, 50 % и 25 % в последующие третий и четвертый годы);
- обеспечена своей более дешевой, качественной и экологически чистой продукцией собственная туристская инфраструктура (гостиницы, рестораны, кафе, бары и т.д.), что положительно повлияло на фактор конкурентоспособности основной (туристской) деятельности.

Следующим этапом бизнес-плана является выбор дислокации бизнеса (его географии). Если будущая основная деятельность фирмы связана только с реализацией внутренних туров, то следует определить район (регион) приема-отправки туристов. Если фирма будет заниматься также международным туризмом, то следует выбрать те страны и регионы, куда будет реализовываться туристский продукт. Это связано с маркетингом рынка туристских услуг в выбранных регионах, изучением специфики их макро- и микроэкономики, налоговой политики, нормативно-правовой базы, инфраструктуры, коммуникаций и туристско-рекреационных ресурсов.

После этого необходимо приступить к следующему этапу бизнес-плана: исследованию рынка туристских услуг. Данный этап имеет своей целью:

- доказать конкурентноспособность выбранных регионов;
- выбрать в данных регионах свой сегмент (сегменты) туристского бизнеса.

Доказательство конкурентноспособности региона требуется не только самому предпринимателю, но и его будущим инвесторам.

Здесь требуется предельная объективность анализа и учет всех потенциально возможных факторов, ибо на этом этапе начинается формирование прогноза будущих источников дохода.

Определив регион рынка сбыта туристских услуг, следует провести расчет максимально возможной емкости данного рынка на перспективу по годам, месяцам, сезонам, дням недели.

Зная емкость данного рынка, приступают к анализу конкурентной среды. При этом изучается статистика числа фирм, зарегистрированных в данном регионе, их объемы реализации туристских услуг, ценовые факторы, наличие монополистов, отличий собственной туристской продукции от аналогичного продукта конкурентов. Если объем рынка и уровень конкуренции позволяют "вписаться" в туристский бизнес в данном регионе, то принимается решение по сегментации рынка услуг и разработке последующих этапов бизнес-плана. Если объем рынка недостаточен и на перспективу его расширение не прогнозируется, то следует отказаться от данного региона или компенсировать дефицит сбыта туристских услуг другими видами деятельности. Однако, такое решение можно принимать при наличии достаточного стартового капитала или при наличии инвестора.

Если решение по выбору региона рынка сбыта туристских услуг определяется только условиями конкуренции, то принимается (после анализа конкурентной среды) одно из трех решений:

- уход из данного региона рынка;
- выработка стратегии конкурентноспособности и работа на данном рынке путем "завоевания" своего сегмента;
- разработка внеконкурентного набора туристских услуг и работа в этом заново созданном сегменте рынка.

Одним из важнейших рычагов выживаемости туристской фирмы в условиях конкуренции является ценовой фактор. Однако, для вновь создаваемой фирмы маневрировать ценой услуги можно в ограниченных пределах (не считая случая создания нового внеконкурентного туристского продукта). Создать такой продукт можно при наличии:

- высококвалифицированной кадровой команды;
- достаточных туристско-рекреационных ресурсов;
- достаточного размера капитала.

В ряде случаев создание такого продукта связано с реализацией целевого инвестиционного проекта.

Следующим этапом бизнес-плана является маркетинг-план. Он должен состоять из следующих составляющих:

- технология реализации туристского продукта;
- способы стимулирования продаж;
- ценообразование;
- стратегия рекламной компании;
- работа по послепродажному обслуживанию клиентов;
- формирование общественного мнения о фирме.

Способ реализации туристского продукта включает в себя:

- реализацию продукта самостоятельно;
- реализацию через другие фирмы;
- комиссионную продажу через посредников;

- создание разветвленной дилерской сети по продаже и др.

Важным рычагом в конкурентной борьбе за клиента является разработка системы стимулирования продажи. Сюда относятся: конкурсы, аукционы, туристские лотереи, ярмарки, выставки, а также система льготирования (сезонные льготы, льготы для родителей с детьми, для постоянных клиентов, рекламные бесплатные туры и др.).

Стратегия рекламной кампании в рамках бизнес-плана фирмы будет представлена в последующих темах.

Работа с клиентами, которые уже воспользовались туристской услугой, ведется по основному принципу маркетинга: "Вы для нас - единственный!". При этом фирма информирует своих клиентов о новом туристском продукте, напоминает о себе рекламными проспектами, поздравлениями, приглашениями в специально созданный клуб на конкурсы, встречи, просмотр рекламных видеофильмов и др.

В ряде случаев такие клиенты становятся дилерами фирмы и ее эффективными рекламистами.

Работа по формированию общественного мнения о фирме касается, в основном, уже функционирующих фирм. Что касается бизнес-плана вновь создаваемой фирмы, то данный аспект учитывается в затратной части финансового плана.

Следующим этапом бизнес-плана является план производства туристских услуг и контроль качества туристского продукта. Здесь следует рассмотреть вопросы подготовки туров, их методическое обеспечение, разработку ваучеров, обеспечение страховки, подготовку договорной документации, а также разработку системы обеспечения и контроля качества предоставляемых услуг, формирование пакета документов на получение лицензии и др.

Аналогичные операции проводятся при составлении бизнес-плана дополнительной производственной или иной деятельности.

Одним из ответственных этапов бизнес-плана является планирование работы персонала. Кадры, наряду с тремя другими основными условиями, формируют модель функционирования туристского предприятия, рис. 17.



**Рис. 17. Условия функционирования туристской фирмы**

Работа по формированию и управлению персоналом включает в себя такие аспекты:

- расчет требуемого количества работников по подразделениям;
- формирование штатного расписания;
- разработку квалификационных требований к персоналу;
- разработку должностных инструкций;
- разработку форм оплаты труда и системы найма;
- разработку регламента работы фирмы;

- разработку(при необходимости) кодекса фирмы и ее ритуалов.

Работа по планированию деятельности персонала зависит от организационно-правовой формы предприятия, формы собственности, типа предприятия, организации или туристского учреждения.

Для стартовых условий работы число штатных работников должно быть минимальным (или вообще отсутствовать). В этом случае необходимо иметь банк данных квалифицированного персонала, с которым вступают в контрактные отношения на требуемый период. В основном, к таким работникам относятся гиды, экскурсоводы, водители транспортных средств, руководители групп и др. При их найме следует обратить внимание на наличие лицензий на право деятельности (если это требуется). В настоящее время можно воспользоваться услугами специализированных рекрутинговых фирм, которые занимаются подбором квалифицированных кадров с использованием специальных методик.

При оформлении штатных работников следует воспользоваться положениями КЗоТ РФ об испытательном сроке.

Значительно укрепит имидж фирмы ее кодекс чести, а также кадровый регламент и принципы кадрового менеджмента, рис.18.

Для крупных туристских предприятий в бизнес-план целесообразно также включить раздел "Юридическое планирование". В этом разделе следует указать:

- форму собственности;
- правовой статус предприятия;
- схему подчиненности;
- границы административного вмешательства в хозяйственную деятельность;
- целесообразность выбора той или иной организационно-правовой формы предприятия в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

Здесь же целесообразно разработать формы типовых хозяйственных договоров, контрактов, соглашений и т.д.

Для небольших туристских фирм можно воспользоваться услугами специализированных юридических фирм или услугами квалифицированного внештатного юриста.

Следует отметить, что юридическая служба фирмы в настоящее время относится к главному кадровому блоку, наряду с администрацией, технологической и финансовой службами.

Желательно также в бизнес-плане туристской фирмы иметь раздел "Управление рисками". Он включает в себя перечень профилактических и прогнозных мероприятий по предотвращению форс-мажорных и прочих негативных факторов, к которым относятся:

- угроза банкротства;
- санкции налоговой службы и налоговой полиции;
- пени, штрафы и неустойки по гражданско-правовым договорам, контрактам и соглашениям;
- санкции санэпиднадзора, пожарной службы, службы охраны окружающей среды, энергонадзора, госавтоинспекции;
- санкции Центрального банка РФ, комиссии по валютному контролю;
- санкции Государственного таможенного комитета, Государственного антимонопольного комитета, арбитражного суда и других федеральных и местных органов.

К потенциальным рискам относятся также конфликтные ситуации на фирме (забастовки, протесты), изменение валютных курсов, девальвация национальной валюты, инфляция и др.

В качестве некоторых методов "профилактики" рисков следует отнести:

- наличие высококвалифицированных специалистов юридической, финансовой и

маркетинговой служб;

- наличие компьютерного банка правовой и финансовой информации и оперативного источника его пополнения (внесение изменений и дополнений);
- наличие системы налогового планирования;
- аудиторская экспертиза заключаемых контрактов, договоров, соглашений и прочих гражданско-правовых актов;
- разработку матрицы потенциально-возможных рисков в реальном режиме времени;
- разработку системы стимулирования работников, предотвращающих риски и др.

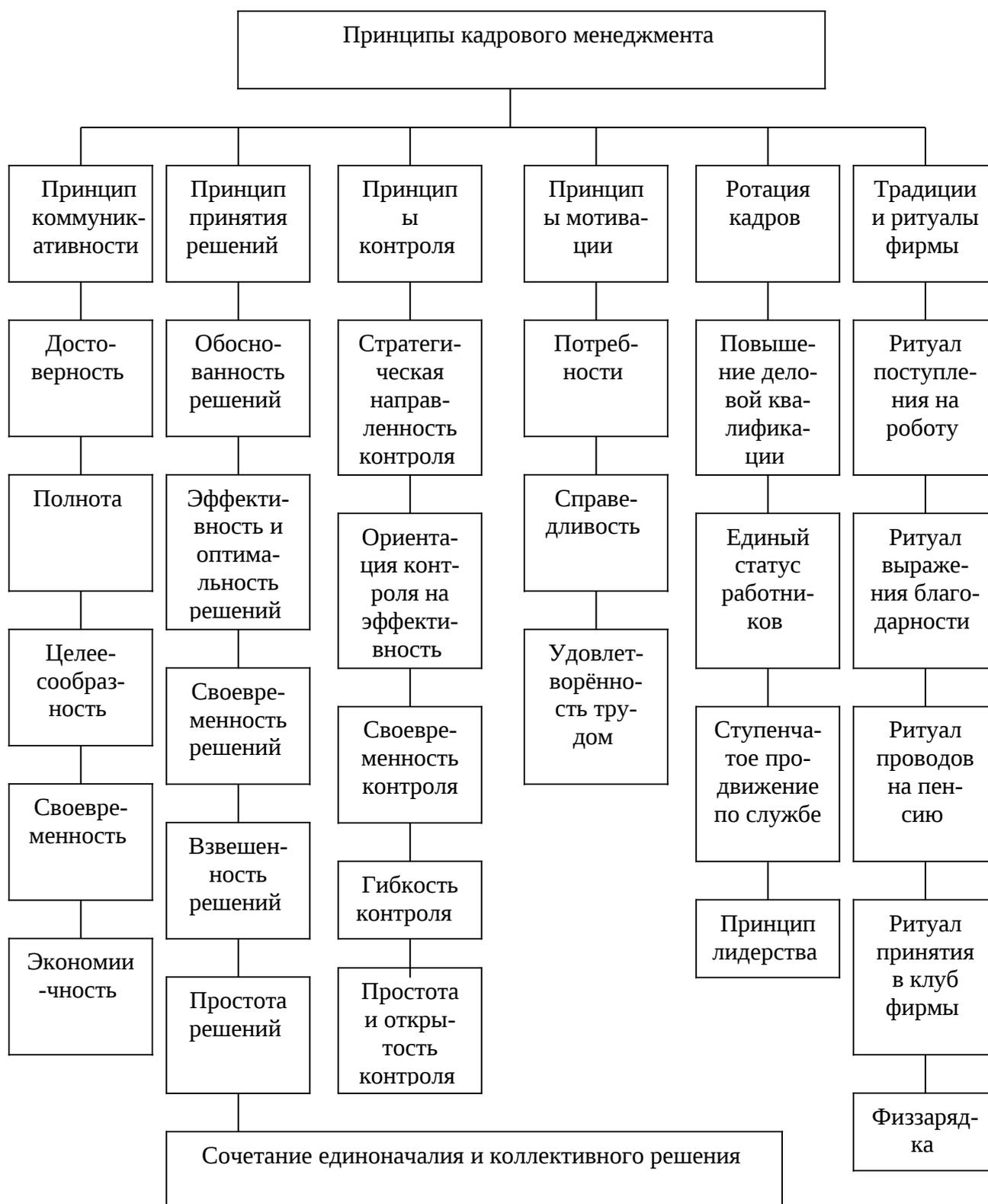


Рис. 18. Основные принципы кадрового менеджмента туристской фирмы

Наиболее важным и сложным в разработке разделов бизнес-плана является раздел "Стратегия финансирования" (или "Финансовый план"). Он является основой финансового менеджмента, от которого зависит стабильная работа предприятия. Фактически этот раздел обобщает все предыдущие разделы бизнес-плана и их стоимостное выражение.

В разделе финансового планирования должны присутствовать шесть основных блоков:

- аналитическая часть;
- план прибыли (убытков);
- балансовая ведомость;
- финансовый план;
- расчет показателей платежеспособности и ликвидности;
- прогноз эффективности проекта (создания туристской фирмы или другого инвестиционного проекта).

Приступая к разработке раздела "Финансовый план", следует предварительно провести большую аналитическую работу, связанную с изучением макро- и микроэкономики региона, финансовой и налоговой нормативной базы, инвестиционного "климата", прогнозирование экономической среды, динамики инфляции, условия проведения платежей и др. В аналитической части следует четко выделить два момента:

- долгосрочный финансовый прогноз;
- прогноз выживания и стабилизации создаваемого предприятия в выбранном регионе и выбранных сегментах рынка туристских услуг.

Прогноз выживания и стабилизации должен быть многовариантным, альтернативным и убедительным.

План прибылей и убытков - это прогноз операционной деятельности предприятия, т.е. процесс формирования и сбыта услуг в определенные периоды времени (месяц, квартал, год). Он включает в себя:

- план выручки и возможных убытков при реализации услуг;
- сумму переменных издержек;
- сумму операционных издержек.

План прибылей (убытков) составляется на три-пять лет и может быть формализован в виде таблицы (табл. 12).

Данный анализ целесообразно рассматривать с точки зрения многофакторной модели, т.е. каждый вариант необходимо рассчитать, изменяя все переменные (цену, объем выручки, расходы и др.) и условно-переменные величины (налоги, обязательные платежи и сборы) и остановиться на вариантах, при которых доход покрывает все издержки, а также гарантируется плановая прибыль.

В данной модели учитывается фактор конкуренции: мы должны произвести туристский продукт с более низкими затратами, чем у конкурентов.

Балансовая ведомость (табл. 13) следующий этап финансового планирования, традиционно состоит из двух частей: актива и пассива, суммарные значения которых должны быть равны между собой.

В основе финансового плана (табл. 14) лежит анализ движения денежных потоков, при этом этот план разрабатывается в режиме реального времени-после выполнения финансовых

операций и имеет три основных раздела:

- операционная (производственная) деятельность;
- инвестиционная деятельность;
- финансовая деятельность.

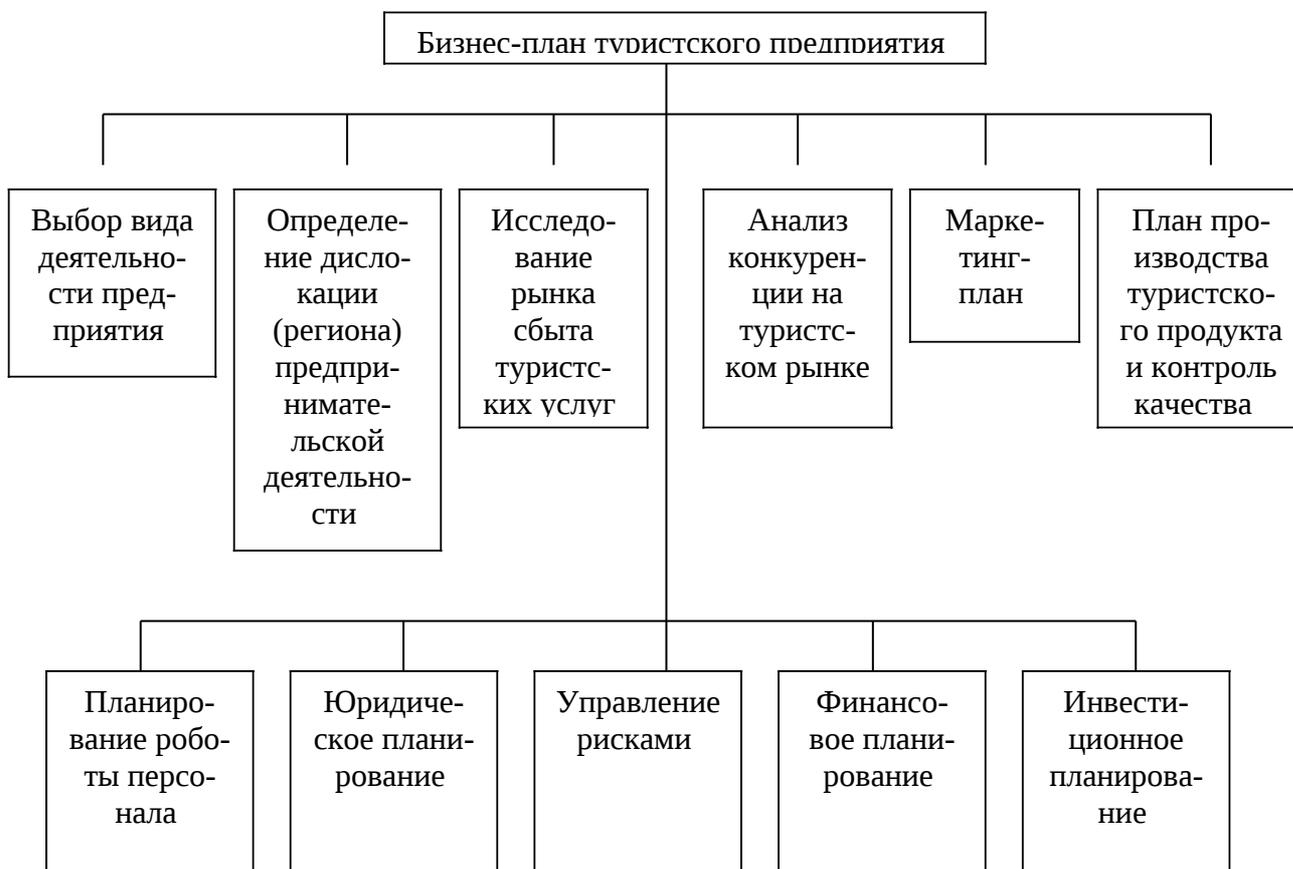
Амортизационные отчисления относятся к разряду калькуляционных затрат и рассчитываются в соответствии с установленными нормативами. Они играют стимулирующую роль в инвестиционной деятельности, т.е. чем выше стоимость активов и выше нормы амортизации, тем меньше налогооблагаемая прибыль и, соответственно, больше чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, которая может быть направлена на реализацию инвестиционных; проектов.

Таким образом, основная цель финансового плана – это обеспечение положительного ликвидного остатка денежных средств от начала до конца реализации проекта. Кроме того, финансовый план раскрывает потребность в капитале и оценку его эффективного использования.

Финансовый менеджмент и прогнозирование финансовой стабильности предприятия должны быть привязаны к выбранным сегментам рынка и региону конкуренции, а также увязаны с разделом "Управление рисками" и другими разделами бизнес-плана.

Если вновь создаваемое туристское предприятие связано с реализацией конкретного инвестиционного проекта, то в бизнес-план вводится дополнительно раздел "Инвестиционное планирование". Принцип инвестиционного планирования и расчет эффективности инвестиционного проекта представлены в последующих темах данной работы.

Сводная блок-схема бизнес-плана туристского предприятия представлена на рис. 19.



**Рис. 19. Этапы разработки бизнес-плана туристской фирмы**

Таблица 12

Наименование статей, тыс. руб.	Периоды и варианты прогноза								
	1995 г.			1996 г.			1997 г.		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Объем выручки									
Возможные потери									
Объем выручки с учетом потерь									
Переменные издержки									
Валовая прибыль									
Операционные издержки									
Торгово-административные издержки									
Налогооблагаемая прибыль									
Налоги									
Чистая прибыль									

Таблица 13

Актив	Тыс. руб.	Пассив	Тыс. руб.
Счет (наличные)		Кредиторская задолженность	
Дебиторская задолженность		Задолженность по выплатам: налоги, заработная плата и др.	
Запасы		Краткосрочный заем (до 12 месяцев)	
Сумма текущих активов (оборотные средства)		Сумма текущих пассивов (краткосрочные обязательства)	
Основные средства: - здания и сооружения; - земля; - оборудование		Долгосрочные займы (более 12 месяцев)	
Сумма фиксированных активов		Прирост собственного капитала (чистая прибыль или убыток)	
		Суммарный собственный капитал	
Сумма активов		Сумма пассивов	

Таблица 14

Наименование статей (тыс. руб.)	Периоды	
	1995 г.	1996 г.
1. Объем реализации услуг		
2. Переменные издержки		
3. Операционные издержки		
4. Проценты по кредитам		
5. Налоги и прочие выплаты		
6 = 1-(2-3-4-5): Текущий результат		
7. Выплаты на приобретение активов		

8. Поступления от продажи активов		
9 = 8-7: Инвестиционная деятельность		
10. Акционерный капитал		
11. Заемный капитал		
12. Выплаты и погашения займа		
13. Выплаты дивидендов		
14 = 10+11-12: Финансовый результат		
15. Остаток на начало периода		
16=6+9+14+15: Остаток на конец периода		

## 14. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ТУРИЗМЕ

### 14.1 Типовые инвестиционные проекты в туризме.

Реализация инвестиционных программ может быть как на стадии образования предприятия, так и по истечении нескольких лет его деятельности.

Инвестиционные проекты по видам можно условно подразделить на несколько групп:

- разработка и внедрение продукта интеллектуальной собственности;
- разработка и внедрение технических средств и элементов ноу-хау;
- реконструкция и строительство;
- подготовка кадров и др.

Потенциально возможные инвестиционные проекты по группам представлены на блок-схеме, рис.20.

Естественно, что данный перечень весьма приблизительный и неполный. В ряде случаев при диверсификации деятельности туристской фирмы предметом инвестиций могут быть любые другие, не связанные напрямую с туризмом проекты:

- разработка и внедрение малых производств;
- организация подсобных хозяйств;
- организация филиалов или представительств;
- организация нетрадиционных форм туризма и др.

Как правило, инвестиционные проекты, связанные с разработкой и внедрением интеллектуального продукта, реализуются в большинстве случаев на начальном этапе функционирования фирмы, а более капиталоемкие проекты - по мере накопления финансовых ресурсов.

### 14.2 Потенциальные ресурсы и источники инвестиций.

В настоящее время государственная поддержка туризма в России практически не предусматривает целевых бюджетных инвестиций в его развитие. Более распространенной формой инвестиций является поддержка его на местном или региональном уровнях за счет местных бюджетов или специального налога.



**Рис. 20. Примеры инвестиционных проектов в туризме**

Целый ряд интеллектуальных инвестиционных программ финансируется различными зарубежными фондами и банками: Европейским банком реконструкции и развития, фондом поддержки малого и среднего предпринимательства, некоторыми благотворительными фондами. В рамках этих инвестиций производится, в основном, подготовка и повышение квалификации кадров, проведение специализированных конференций, симпозиумов, семинаров и др. Однако целевое финансирование капиталоемких проектов за счет данных источников практически не реализуется.

В целом потенциальные источники финансирования можно распределить на четыре группы:

- собственные средства;
- заемные средства;
- целевое бюджетное финансирование;
- прочие источники (зарубежные фонды, благотворительные средства и др.).

Структура источников финансирования представлена на рис.21.

В настоящее время Правительством Российской Федерации предусмотрено льготное инвестирование различных программ в рамках поддержки малого предпринимательства. Однако получить такие льготы весьма проблематично. Для этого следует подготовить бизнес-план, технико-экономическое обоснование, получить соответствующие заключения экспертов - после чего данные материалы направляются на конкурс инвестиционных проектов с льготным кредитованием.

Аналогичные действия следует выполнить для участия в зарубежных инвестиционных конкурсах.

Естественно, что самым надежным источником финансирования являются собственные средства. Но как показывает опыт, капиталоемкие проекты реализуются, в основном, на базе заемных средств (или заёмные плюс собственные).

Наилучшим заемным капиталом для инвестиций является беспроцентный кредит(заем). Данная форма финансирования может быть реализована только за счет заемных средств учредителей (акционеров, участников хозяйственных обществ и пр.) по решению высшего органа управления - Общего собрания. Такая же форма может быть достигнута через облигационный займ, если Законом для данной организационно-правовой формы предусмотрен выпуск облигаций.

Одной из форм привлечения инвестора является переуступка ему пакета акций (долей) туристского предприятия, соответствующего размеру его инвестиционного взноса - для закрытого акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью или продажа пакета акций на льготных условиях - для открытого акционерного общества.

Привлечение инвестора может быть реализовано также на других условиях, декларируемых в инвестиционном договоре:

- долевой собственности после реализации проекта;
- процента от будущей прибыли;
- квоты мест (при строительстве объектов размещения туристов);
- льготного предоставления туристских услуг и т.д.

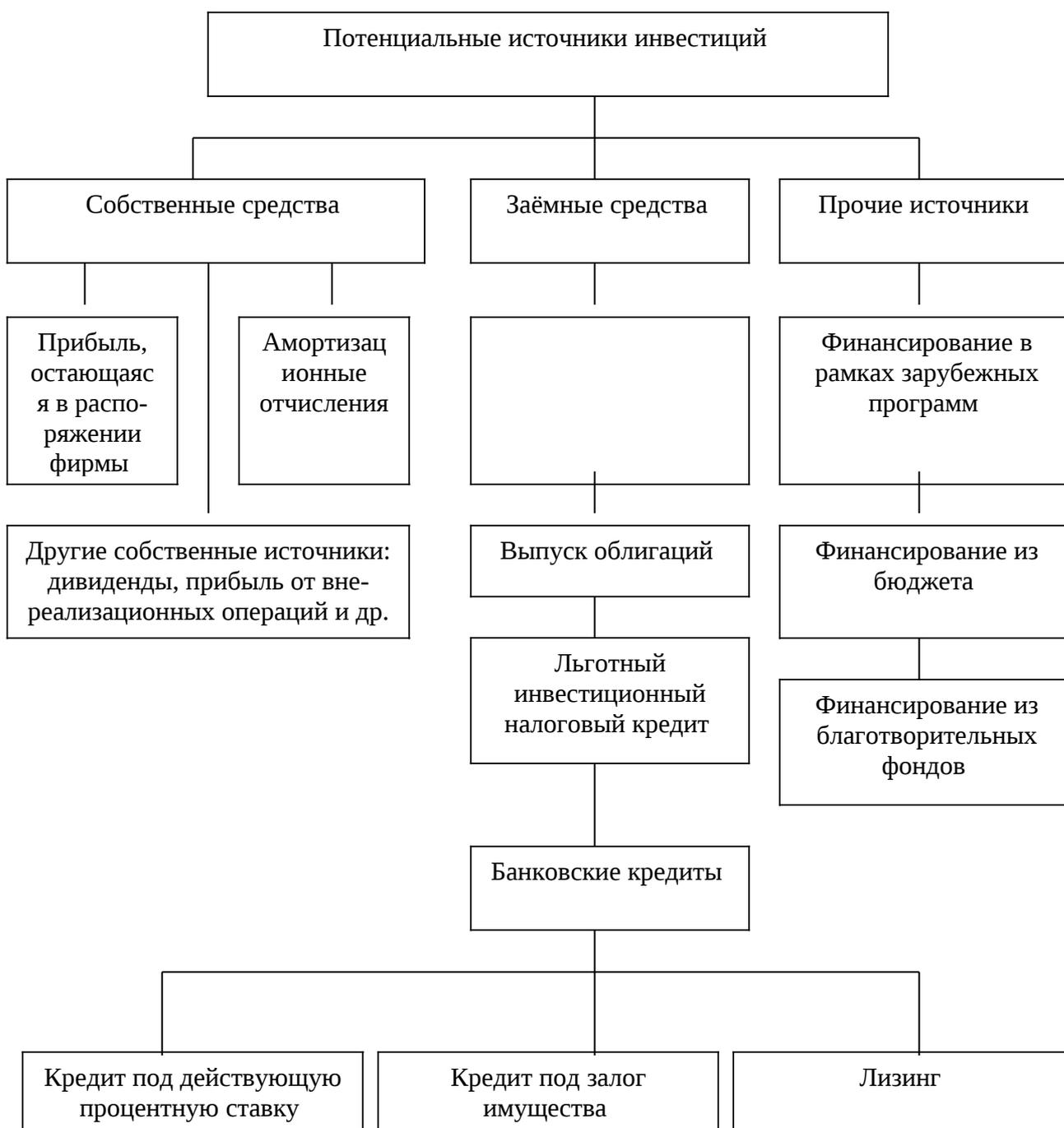
Для более быстрого накопления собственных средств под крупные инвестиционные проекты целесообразно использовать принцип ускоренной амортизации в соответствии с новыми нормативно-правовыми актами.

По решению Общего собрания на реализацию инвестиционных проектов могут быть направлены дивиденды акционеров или прибыль участников (капитализация прибыли).

Наиболее жесткими условиями финансирования инвестиционного проекта является банковский кредит, в том числе ипотечный кредит под залог имущества, земли, оборудования и т.д. В ряде случаев целесообразно воспользоваться формой лизинга.

Существует также возможность использования налогового инвестиционного кредита в виде отсрочки по оплате налогов, обязательных платежей и сборов.

В каждом конкретном случае к условиям жесткого кредитования следует прибегать только тогда, когда исчерпаны все возможности получения более "мягких" форм финансирования, описанных выше.



**Рис. 21. Потенциальные источники инвестиций в туризме**

### **14.3 Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов.**

Реализация инвестиционного проекта в России связана со значительной степенью риска.

Для получения любого (тем более льготного) кредита, привлечения инвестора, а также собственной уверенности в правильно выбранной стратегии инвестиций требуется выполнить расчеты коммерческой состоятельности проекта или его технико-экономического обоснования.

Оценка эффективности инвестиционного проекта - это математическая задача поиска оптимального решения в условиях большого числа неопределенностей, к которым относятся:

- политическая, социальная и экономическая нестабильность;
- высокий уровень инфляции;
- непредсказуемые изменения ценовой структуры инвестиционного рынка;
- недостаточная правовая защита интересов инвестора и его капитала;
- непредсказуемые изменения нормативно-правовой базы и др.

В этих условиях целесообразна реализация инвестиционных проектов с минимальным сроком окупаемости, что минимизирует риск инвестора.

Прежде чем приступить к оценке коммерческой состоятельности инвестиционного проекта, требуется провести исследование динамики поведения основных факторов неопределенности на выбранном отрезке времени. Это необходимо для вероятностного прогнозирования ситуации с учетом вышеуказанных факторов. В конечном итоге, методом оценки чувствительности факторов определяется одна конкретная зависимость при различных вариациях остальных переменных - в данной ситуации это изменение инфляции во времени. Этим достигается постепенный выход из стадии неопределенности для задания конкретных исходных данных и условий инвестиционной задачи.

Основные исходные данные:

- финансовые затраты во времени (график кредитования проекта);
- размеры процентов по кредиту и график погашения кредита;
- прогноз инфляции на весь период реализации проекта;
- выбор стабильной расчетной денежной единицы;
- определение срока "жизни" проекта;
- определение величины оборотных средств на ввод в действие проекта;
- потенциально возможные доходы от реализации проекта;
- суммарные издержки;
- налоги, обязательные платежи и сборы;
- величина резерва финансовых средств на непредвиденные расходы и др.

Требуемый результат: обеспечение максимальной прибыли при минимальном сроке окупаемости проекта.

При наличии всех исходных данных задача решается классическим методом - прогнозированием притоков и оттоков денежных средств во времени. Для этого выбранный срок реализации проекта разбивается на этапы (месяцы, кварталы, годы).

Для оценки соизмеримости расчетных величин во времени целесообразно выбрать стабильную расчетную денежную единицу (доллар, немецкая марка и пр.). Выбор такой стабильной единицы не означает уход от прогнозирования инфляции, тем более, так называемой, внутренней инфляции самой стабильной денежной единицы.

При последующих расчетах следует учесть не только специфику многофакторной модели исходных данных, но и многовариантную (вариационную) структуру самого расчета.

Если выбранный временной период расчета длительный (более года), то могут привноситься корректировки за счет переоценки основных средств и сумм амортизационных

отчислений. Эти составляющие являются еще одной неопределенностью, ибо в России периодичность переоценки основных фондов нерегулярна, что влияет на темпы роста индексов балансовой стоимости активов. Это же касается и налоговой системы Российской Федерации.

Оценку коммерческой состоятельности инвестиционного проекта по требованию инвестора или кредитора проводят комплексно:

- по ликвидности (финансовой состоятельности);
- по эффективности инвестирования.

Срок погашения кредита целесообразно выбрать таким образом, чтобы рассчитаться с кредиторами только за счет собственной будущей прибыли, не прибегая к новым займам. В противном случае, нарастание внешней задолженности многократно увеличивает инвестиционный риск. Следует отметить, что такой риск может дополнительно обуславливаться:

- более высокими (по сравнению с прогнозируемыми) темпами инфляции;
- увеличением периода обращения оборотного капитала;
- более низкой, чем прогнозировалась, рентабельностью туристского продукта или других услуг;
- увеличением продолжительности инвестиционной фазы проекта (строительства, монтажа оборудования, ввода в эксплуатацию и др.);
- увеличением доли амортизационных отчислений в текущих затратах и др.

Как уже указывалось выше, полученные многовариантные расчеты в стабильной денежной единице следует привязать к национальной валюте в рублях за тот же период расчета, т.е. реализовать "двухвалютный" расчет.

Следует также закладывать определенный запас финансирования (5-10 %) для непредвиденных ситуаций.

Выполнение многовариантных расчетов оценки коммерческой состоятельности инвестиционного проекта целесообразно провести на ЭВМ с использованием пакетов прикладных программ (например COMFAR).

Рекомендуется варианты полученных расчетов представить на заключение независимым экспертам, что повысит объективность оценки и доверие к проекту.

В порядке приложения к данному разделу приведем несколько примеров расчета коммерческой эффективности инвестиционных проектов.

#### *Пример 1.*

Провести оценку целесообразности инвестиционных вкладов учредителей по созданию туристской фирмы.

Исходные данные:

- организационно-правовая форма будущего предприятия - акционерное общество закрытого типа;
- форма собственности - частная, долевая;
- основные фонды - арендные;
- основной вид деятельности - туристские услуги;
- дополнительный вид деятельности: организация досуга, индивидуальное транспортное обслуживание, бронирование билетов и др.;
- формирование оборотных средств за счет инвестиционного займа учредителей;
- дивиденды по акциям за первые два года работы предприятия капитализируются;
- покрытие убытков - солидарное;
- льготы по налогам: на землю, на НДС, на рекламу.

Схема расчета без конкретных цифровых данных приведена в таблице 15.

Таблица 15

Наименование статей	Сумма, тыс. рублей
<p><b>1. РАСХОДЫ</b></p> <p><i>1.1. Расходы по созданию фирмы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• затраты по разработке учредительных документов;</li> <li>• затраты по услугам нотариуса;</li> <li>• затраты по формированию уставного капитала;</li> <li>• регистрационные сборы;</li> <li>• затраты по изготовлению печатей и штампов;</li> <li>• затраты по открытию банковских счетов;</li> <li>• затраты при постановке фирмы на учет;</li> <li>• затраты на лицензию на право деятельности;</li> <li>• расходы, связанные с изготовлением акций или сертификатов;</li> <li>• расходы, связанные с ведением реестра акционеров;</li> <li>• расходы по изготовлению путевок (ваучеров);</li> <li>• расходы, связанные с изготовлением бланочной учетно-отчетной документации;</li> <li>• расходы по регистрации товарного знака фирмы;</li> </ul> <p><i>1.2. Расходы на создание интеллектуального продукта:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработка бизнес-плана;</li> <li>• разработка инвестиционных программ;</li> <li>• разработка системы налогового планирования;</li> <li>• разработка стратегии рекламной кампании;</li> <li>• разработка товарного знака фирмы;</li> <li>• разработка (или приобретение) программного обеспечения для ЭВМ;</li> </ul> <p><i>1.3. Предпусковые эксплуатационные расходы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• расходы по аренде офиса;</li> <li>• расходы по оплате коммунальных услуг;</li> <li>• расходы по приобретению средств оргтехники (телефоны, факсы, копировально-множительная техника и др.);</li> <li>• расходы по компьютеризации офиса;</li> <li>• расходы на приобретение мебели и сейфов;</li> <li>• расходы по охранной сигнализации;</li> <li>• канцелярские расходы;</li> <li>• прочие расходы по данной статье.</li> </ul> <p><i>1.4. Эксплуатационные расходы, связанные с производственной деятельностью:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• аренда, бронирование или приобретение квоты мест размещения;</li> <li>• аренда транспортных средств;</li> <li>• расходы по бронированию билетов;</li> <li>• расходы по питанию;</li> <li>• прямые эксплуатационные расходы;</li> <li>• заработная плата с начислениями;</li> <li>• амортизационные отчисления;</li> <li>• прочие расходы</li> </ul>	
Итого по статье 1	
<p><b>2. ДОХОДЫ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• от основной деятельности;</li> <li>• от всех видов дополнительной деятельности;</li> <li>• прочие доходы.</li> </ul>	
Итого по статье 2	
<p><b>3. НАЛОГИ, ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ И СБОРЫ</b> (порядок расчета показан в следующем примере);</p>	

Итого по статье 3	
4. ПРИБЫЛЬ, ОСТАЮЩАЯСЯ В РАСПОРЯЖЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ: <ul style="list-style-type: none"> <li>• направленная на потребление;</li> <li>• направленная на развитие;</li> <li>• направленная на погашение кредита;</li> <li>• направленная на погашение займа учредителей;</li> <li>• направленная на социальные программы;</li> <li>• направленная в резервный фонд;</li> <li>• прочие распределения прибыли.</li> </ul>	
Итого по статье 4	
5. СЕБЕСТОИМОСТЬ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ПО ВИДАМ: <ul style="list-style-type: none"> <li>• основная деятельность;</li> <li>• дополнительная деятельность.</li> </ul>	
6. РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ, %	
7. СРОК ОКУПАЕМОСТИ, лет	

Если рентабельность данного проекта в результате расчета составляет 20-35 % при сроке окупаемости затрат до одного года, то данный проект целесообразно осуществить, т.е. организация такой туристской фирмы эффективна, инвестиционные вклады ее учредителей имеют достаточно высокую ликвидность.

*Пример 2.* Определить эффективность инвестиций, направляемых туристской фирмой на приобретение автобуса типа "Мерседес".

Исходные данные:

- стоимость автобуса с учетом НДС, спецналога, таможенной пошлины, таможенных платежей и сборов - 90 тыс. долларов США;
- число пассажирских мест - 40;
- планируемый годовой пробег - 124000 км;
- коэффициент выпуска на линию - 0.75;
- суммарное время в наряде - 12 час;
- число водителей на маршруте - 2;
- расход дизельного топлива - 33 л на 100 км;
- стоимость дизельного топлива - 1270 руб./л;
- норма амортизации на 1000 км пробега принята 0.19 %;
- мощность двигателя - 250 л.с;
- источник инвестиций - банковский валютный кредит под 60% годовых;
- срок предоставления кредита - 2 года;
- режим эксплуатации автобуса - интенсивный;
- длина маршрута в одну сторону - 1300 км;
- оплата работы водителя - 500 \$ в месяц(эквивалент);
- оплата работы гида - 250 \$ в месяц (эквивалент);
- все расчеты проведены в стабильной расчетной единице - доллар США;
- стоимостные и прочие данные в расчете - ориентировочные.
- курс доллара на момент расчета принят равным 4500 руб.

1. Эксплуатационные расходы.

### 1.1. Заработная плата с начислениями:

- водителей:  $(500\$ \times 2 \text{ водителя} \times 13 \text{ месяцев}) \times 1.42 = 18460 \text{ \$/год}$ ;
- гидов:  $(250\$ \times 2 \text{ гида} \times 13 \text{ месяцев}) \times 1.42 = 9230 \text{ \$/год}$ ;

### 1.2. Стоимость дизельного топлива:

[  $(124000 \text{ км} \times 33 \text{ л}) : 100 \text{ км} \times 1270 \text{ руб.} ] : 4500 = 11548 \text{ \$/год}$ .

### 1.3. Смазочные материалы:

[  $(33 \text{ л} \times 3.2 \%) \times (124000 : 100) ] : 4500 = 2211 \text{ \$/год}$ .

### 1.4. Амортизация на полное восстановление:

[  $66000 \$ \times (0.19 \times 124000 \text{ км}) : 100 ] : 4500 = 3455 \text{ \$/год}$ ,

где: принятая норма амортизации - 0.19;

первоначальная стоимость автобуса - 66000 \$;

Эксплуатация, ремонт и износ шин:

$(124000 \text{ км} \times 139.9 \text{ руб./км} \times 1.45) : 4500 = 5270 \text{ \$/год}$ .

### 1.6. Техническая эксплуатация и ремонт автобуса:

$(640 \text{ руб./км} \times 124000 \text{ км}) : 4500 = 17635 \text{ \$/год}$ .

Всего расходов по п.п.1-6 составляет 67809 \$/год.

Накладные расходы принимаются 10 % от общих расходов, что в расчете составляет 6781 \$/год.

Суммарные эксплуатационные расходы составляют 74590 \$/год.

## 2. Потенциальные доходы.

По данным фирмы "ТУР-ТРАНС" на маршруте аналогичной длины при использовании автобусов типа "Мерседес" плановый доход на одного туриста за один туро-день составляет около 50 \$ или в расчете на 40 мест - 2000 \$/сутки на автобус.

При коэффициенте выпуска автобуса 0.75 - число дней работы в году составит:  $365 \times 0.75 = 274$  дня. Тогда суммарный плановый доход составит:  $2000 \$ \times 274 \text{ дня} = 548000 \text{ \$/год}$ .

## 3. Налоги, обязательные платежи и сборы.

### 3.1. Налоги и сборы в дорожные фонды:

- налог на пользователей автомобильных дорог.

Данный налог взимается с валового дохода по ставке 0.8 % за минусом НДС и спецналога. Так как валовый доход формируется только за счет реализации путевок, то НДС при этом не удерживается. Тогда налог на пользователей автомобильных дорог составит:  $[548000 - (548000 \$ \times 1.5 \%) ] \times 0.8 \% = 4318 \text{ \$/год}$ .

- налог с владельцев транспортных средств.

Данный налог взимается по ставке 200 руб./л.с, т.е.

$(250 \text{ л.с.} \times 200 \text{ руб.}) : 4500 = 111 \text{ \$/год}$ .

- местный налог (сбор) на загрязнение окружающей среды.

Данный налог взимается по ставке 250 руб. на одну тонну израсходованного топлива, т.е.  $(41 \text{ т} \times 250 \text{ руб.} \times 17) : 4500 = 39 \text{ \$/год}$ ,

где 17 - коэффициент типа подвижного состава; 41 т - годовой базис израсходованного топлива.

### 3.2. Специальный налог (до его отмены):

Данный налог взимается по ставке 1.5 % от валового дохода, т.е.  $548000 \times 1.5 \% = 8220 \text{ \$/год}$ .

### 3.3. Налог на содержания объектов жилищного фонда и соцкульт быта.

Он взимается по ставке 1.5 % от валового дохода, т.е.  $548000 \$ \times 1.5 \% = 8220 \text{ \$/год}$ .

Всего взыскано налогов с дохода:  $4318 \$ + 111 \$ + 39 \$ + 8220 \$ + 8220 \$ = 20908 \text{ \$/год}$ .

### 3.4. Налог на имущество.

Данный налог взимается по ставке 2 % от среднегодовой стоимости имущества (стоимости автобуса), которая определяется как разница балансовой стоимости, таможенной пошлины, таможенных платежей, НДС, спецналога и амортизации за соответствующий период, т.е.  $(66000 \$ - 3455 \$:2) \times 2 \% = 1285 \$/\text{год}$ .

### 3.5. Налог с прибыли.

Налогооблагаемая база по исчислению налога на прибыль определена как разница между валовой прибылью, рентными платежами, суммой дивидендов за год, резервным фондом - с учетом предоставляемых льгот.

Валовая прибыль определена как разница между доходами и расходами, включая затраты на приобретение автобуса, без НДС и спецналога, т.е.  $548000 \$ - (74590 \$ + 70500 \$) = 402910 \$$ .

Принимая расчетную величину дивидендов, равную 10 % от валовой прибыли (40291 \$), а сумму резервного фонда в размере 10000 \$ в год и с учетом суммы налогов с дохода, определенной ранее, налогооблагаемая база составляет:  $402910 \$ - (20908 \$ + 40291 \$ + 10000 \$) = 371711 \$$ .

Налог на прибыль с данной суммы по ставке 38 % составляет 141250 \$/год.

3.6. Налог на приобретение транспортных средств. Он составляет 40 % от продажной цены автобуса, без НДС и спецналога, т.е.  $70500 \$ \times 40 \% = 28200 \$$ .

### 3.7. Налог на превышение заработной платы (до его отмены):

С учетом принятого размера заработной платы водителей и гидов данное превышение составляет:  $[(18460 \$ + 9230 \$) \times 4500 - (6 \times 4 \times 55000 \text{ руб} \times 13 \text{ мес.})]: 4500 = 28876 \$$ .

### 3.8. Прибыль, остающаяся в распоряжение предприятия.

$371711 \$ - (141250 \$ + 28200 \$ + 28876 \$ + 1285 \$) = 172100 \$$ .

Данная сумма подлежит распределению по фондам:

- дивиденды - 40291 \$;
- резервный фонд - 10000 \$.

Остальная сумма 121809 \$ должна пойти на погашение кредита, составляющего с учетом процентов по кредиту, 144000 \$.

Так как по исходным условиям сумма полученных дивидендов капитализируется, то результаты финансово-хозяйственного года позволяют погасить кредит в течение одного года.

При этом в распоряжении предприятия еще остается:  $(121809 \$ + 40291 \$) - 144000 \$ = 18100 \$$ .

Исходя из вышеприведенных расчетов следует, что прибыль от первого года эксплуатации автобуса позволит рассчитаться с кредиторами и бюджетом при сохранении на расчетном счете суммы резервного фонда 10000 \$ и остатка 18100 \$.

На втором году эксплуатации чистая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, позволит приобрести еще один автобус и выплатить учредителям дивиденды в размере около 70000 \$.

Таким образом, данный проект является высоко rentable, а акции данной фирмы высоколиквидными.

## 15. СТРАТЕГИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ

### 15.1 Туристская реклама в Российской Федерации и за рубежом.

На фоне продолжающегося спада во многих отраслях производства России - рекламная деятельность развивается исключительно быстрыми темпами. По данным Ассоциации рекламных работников в 1992 году оборот рекламного рынка составлял 15 млрд. рублей, в

1993 году - 85 млрд., а в 1994 году достиг уже 20 трлн. рублей.

Надо отметить, что данные объемы зачастую возрастают за счет ценового фактора. Так, одна минута телевизионной рекламы в телепрограмме "Поле чудес" стоит 30 тыс. долларов, изготовление телевизионного ролика продолжительностью 30 секунд стоит от 10 тыс. долларов и выше.

Рекламный бум в России вызвал появление массы новых газет, журналов, коммерческих радиостанций, телевизионных каналов, кабельного телевидения и т.д.

В Москве при Правительстве столицы создано специальное Управление рекламы и городской информации. По мнению мэра Москвы, в 1995 году город должен был получить от рекламодателей около 20 млрд. рублей.

В России основным каналом размещения рекламы является пресса, на долю которой приходится до 70 % всех затрат рекламодателей; на втором месте стоит телевидение - 20 %, а на остальные виды рекламы у нас приходится 10 %. Это свидетельствует об отсутствии единой стратегии рекламной деятельности, в том числе и в туристском бизнесе, на федеральном уровне. Фактически мало освоены такие виды рекламы как почтовая, щитовая, световая, мобильно-передвижная, сувенирная.

В России зарегистрировано около семи тысяч рекламных агентств, из них более одной тысячи в Москве.

За рубежом затраты на рекламу составляют от 5 до 25 % от чистой прибыли предприятий. Наиболее быстрыми темпами рекламный бизнес развивается в Китае. По сравнению с 1988 годом рекламный рынок вырос здесь на 700 %, а в последующие три года его рост предполагается еще на 400 %. В настоящее время Китай

- самый быстрорастущий рекламный рынок мира. На втором месте лидером в рекламном бизнесе стоят страны Персидского залива и Аравийского полуострова. Так, например, затраты на рекламу в Саудовской Аравии в 1994 году возросли на 200 % и составили 244 млн. долларов.

На Европейском континенте лидерами рекламного бизнеса являются Германия, Бельгия и Испания.

Многие рекламные агентства в России и за рубежом специализируются на туристской рекламе. Они накопили значительный опыт проведения рекламных кампаний туристских фирм.

В натуральном исчислении суммарное эфирное рекламное время туристских фирм России (по данным газеты "Рекламист-95") составляет:

- январь 1994 год - 8788 секунд;
- июль 1994 год - 20795 секунд;
- январь 1995 год - 11421 секунда.

## 15.2 Нормативно-правовая база рекламного бизнеса в России

Рекламная деятельность регулируется на международном, федеральном и местном уровнях.

Реклама на международном уровне регулируется Международным кодексом по рекламе. В его рамках запрещена рекламная деятельность, связанная с угрозой здоровью человека или вводящая его в заблуждение, критика рекламных конкурентов, использование их торговых марок, логотипов, товарных знаков, слоганов и прочих рекламных констант, оскорбление национальных и религиозных чувств и т.д.

На федеральном уровне в России рекламный бизнес регулируется следующими основными нормативно-правовыми актами:

- Гражданским кодексом Российской Федерации;

- Законом РФ "О защите прав потребителей";
- Законом РФ "О рекламе";
- Законом РФ "О сертификации продукции и услуг";
- Указом Президента РФ "О гарантиях права граждан на охрану здоровья при распространении рекламы";
- Указом Президента РФ "О защите потребителей от недобросовестной рекламы" и др.

Так в статье 169 Гражданского кодекса Российской Федерации отмечается, что "...сделка, совершенная с целью, заведомо противной основам правопорядка или нравственности - ничтожна".

Если такая сделка (например, продажа туристской путевки на основании недобросовестной или ложной рекламы) состоялась, то все полученное фирмой по сделке должно быть возвращено покупателю, а прибыль взыскана в бюджет государства.

Не зная основ правового регулирования рекламной деятельности, некоторые туристские фирмы стараются в рекламе наделять их туристские услуги преувеличенными качествами. Это приводит к значительным судебным искам, а в ряде случаев - к отзыву лицензии на право деятельности или банкротству.

Ряд нормативно-правовых актов по туризму (в том числе и проект Закона Российской Федерации "О туризме в Российской Федерации) разрабатывается Государственным комитетом по физической культуре и туризму РФ.

На местном уровне рекламная деятельность регулируется федеральным законодательством в рамках Закона Российской Федерации "О местном самоуправлении в Российской Федерации". Так, в ряде городов России запрещена (или ограничена) безналоговая реклама с использованием названия города, его гербовых символов, гимна и др. В Москве использование таких символов облагается дополнительными местными налогами и сборами.

В ряде городов и регионов утверждены "Правила организации туристских поездок и оказание услуг в сфере туризма".

### 15.3 Виды туристской рекламы и ее рейтинг

В своей рекламной деятельности туристские фирмы используют следующие виды рекламы (носители рекламы):

- газетную;
- журнальную;
- телевизионную (в том числе спутниковое и кабельное телевидение);
- радиорекламу;
- видеорекламу;
- почтовую, щитовую и световую рекламу;
- мобильную (установленную на различных типах подвижного состава и движущихся объектах);
- носимую (на одежде, обуви, головных уборах и т.д.);
- сувенирную (значки, брелки, ручки и др.);
- рекламные проспекты, буклеты, открытки, карты, календари.

Особым видом рекламы являются туристские ярмарки, выставки, аукционы, лотереи, игры, фестивали, а также туристские рекламные мероприятия: семинары, симпозиумы, рекламные туристские туры и пр.

По данным специализированной туристской газеты "Туринфо", в Москве только 11 % туристских фирм имеют свои рекламные агентства, бюро или отделы, а в 89 % туристских фирм за рекламу отвечает либо руководитель фирмы, либо его заместитель. Поэтому

рекламная кампания большинства туристских фирм данной категории носит бессистемный, а значит, малоэффективный и более затратный характер.

Из всех опрошенных респондентов по каталогу "Турбизнес России-94" - только 5 % пользуются услугами специализированных рекламных агентств, 22 % фирм планируют свои расходы на рекламу, которые составляют 10 % от оборотных средств (мировая практика 18-25 %). Половина опрошенных туристских фирм ведут учет обслуженных или обратившихся к ним клиентов. В 84 % фирм целью рекламы является привлечение как турагентств, так и конечных потребителей туристских услуг, 14 % - рассчитывают только на конечного потребителя, 2% - публикуют рекламу только для привлечения турагентов.

В России отмечается очень узкий диапазон используемых средств для туристской рекламы: около 50 % пользуются услугами прессы, около 30 % - размещают свою рекламу на телевидении, 18 % - на радио, остальные - используют другие носители рекламы.

Почти все фирмы практикуют прямую почтовую рекламу - рассылку буклетов, листовок, проспектов.

В туристской рекламе важная роль принадлежит устной рекламе. По данным австрийских туристских агентств, положительная туристская реклама распространяется с коэффициентом эффективности 7, а отрицательная - с коэффициентом 22! Таким образом, любые

рекламации клиентов по предоставленной услуге распространяются в три раза быстрее, чем положительные отзывы.

В целом, эффективность различных видов рекламы по данным этих же опросов, дали следующие результаты: 75 % респондентов считают наиболее эффективными газеты, 25 % - телевидение.

За рубежом картина несколько иная: первое место - у прямой почтовой рекламы, второе - у специализированных туристских изданий, третье место - у телевидения.

Многие фирмы, имеющие достаточно средств, предпочитают комплексную рекламу в прессе, на телевидении и на радио, считая, что она наиболее эффективна накануне туристских сезонов.

Рейтинг печатных изданий, в которых предпочитают размещать свою рекламу туристские фирмы:

- Экстра-М – 56 %;
- Туринфо – 47 %;
- Московский комсомолец – 26 %;
- Центр-плюс – 26%;
- Иностранец – 20%;
- Бизнес-реклама – 20%;
- Коммерсант-daily – 17%;
- Аргументы и факты – 12%;
- Из рук в руки – 12%;
- Комсомольская правда – 12%;
- Московские новости – 10%;
- Известия – 10%;
- Рекламный вестник – 10%;
- Вечерняя Москва – 7%;
- Домовой – 7%;
- Мир новостей – 7%;
- Коммерсант-weekly – 3%;
- Деловые люди – 3%.

Рекламу на радио туристские фирмы предпочитают размещать на коммерческих

музыкальных радиостанциях, работающих в УКВ (FM) диапазоне, на телевидении - на московском канале 2х2, 6-м телевизионном канале, НТВ и кабельном телевидении.

## 15.4 Реклама и имидж туристской фирмы.

Успех туристской фирмы, наряду с другими факторами, зависит от ее имиджа. В переводе с английского - это "образ, облик, представление, подобие". По определению имидж - это целенаправленно созданная или стихийно возникшая форма отражения объекта в сознании людей, т.е. совокупное общественное восприятие.

Имидж туристской фирмы обладает рядом признаков:

- фирма должна быть известна клиенту или группе клиентов;
- фирма, как объект внимания, должна быть социально значима для человека или группы людей, вызывая к себе интерес и привлекая внимание набором своих услуг;
- фирма должна уметь воздействовать на сознание, эмоции и поступки как отдельных людей, так и группы граждан.

В зарубежном туристском бизнесе создание имиджа фирмы является одной из стратегических целей и задач маркетинга.

Здесь имиджу придают следующие основные характеристики:

- адекватность - т.е. созданный образ (имидж) должен в точности соответствовать сути и правдоподобию;
- оригинальность - имидж должен быть легко распознаваемым среди имиджей других фирм и легко запоминаться;
- пластичность — оставаясь неизменным, он должен оперативно модифицироваться, откликаясь на внешнюю среду;
- адресность - имидж должен иметь точный адрес, т.е. привлекать на свой сегмент рынка определенные потребительские группы;
- комплексность - имидж должен быть комплексным многофакторным образом;
- ясность и конкретность - отражаемые факторы должны быть четкими, различимыми и хорошо продуманными;
- незавершенность - т.е., как в многосерийном фильме поддержание клиента в постоянном ожидании нового, более эффективного, чем прежде.

Имидж - очень широкое понятие, включающее в себя престижную рекламу (реклама престижа), зарегистрированный товарный знак, т.е. графический образ, присущий исключительно данной фирме, постоянная забота о клиентах, высоком качестве своих услуг и др.

Реклама престижа имеет несколько иные формы, чем обычная реклама. Она включает в себя организацию благотворительных мероприятий с известными личностями, рекламные туры с приглашением знаменитостей (звезды кино, эстрады, шоу-бизнеса, журналисты, люди года, топ-модели, лауреаты престижных конкурсов и т.д.), спонсорские мероприятия по защите окружающей среды и т.д. Такая реклама позволяет создать зрительный и звуковой образ фирмы на базе единого стиля, единой рекламной идеи и единой словесной формулы.

Реклама престижа по времени должна начинаться раньше традиционной рекламной кампании туристских услуг и должна продолжаться все время, даже после того, как фирма стала заниматься иным бизнесом. Это необходимо, кроме всего прочего, для выгодной продажи (переуступки) товарного знака, стоимость которого может быть намного выше, чем суммарные затраты на все виды рекламы и создания имиджа фирмы (товарный знак фирмы "Coca-Cola" оценивается в 3 млрд. долларов).

## 15.5 Правила проведения рекламной кампании туристской фирмы

Рекламная кампания - это комплекс рекламных и иных мероприятий, объединенных общими целями и задачами, согласованными по времени проведения, рассчитанные на широкие слои населения.

Целью рекламной кампании (включая рекламу престижа) является обеспечение продвижения туристского продукта на рынке услуг и получение стабильной прибыли.

При разработке стратегии рекламной кампании следует провести классификацию групп маршрутов по определенным признакам: сезону, виду маршрута, категории населения, на которые рассчитаны маршруты (молодежные, семейные, индивидуальные, школьные и т.д.).

Если рекламная кампания проводится привлеченной специализированной фирмой, то следует обратить внимание на такие моменты:

- наличие лицензии на право данного вида деятельности;
- опыт работы данной фирмы в области туристской рекламы;
- наличие в ней производственной и полиграфической базы;
- наличие специалистов по защите и патентованию товарного знака фирмы и др.

При заключении договора на проведение рекламной кампании следует поставить вопрос о защите интеллектуальной собственности и кто является ее собственником.

Со стороны заказчика потребуется подготовка задания (исходные данные, концепция), его согласование, и далее надо довериться идеологии и квалификации рекламистов, которых вы выбрали.

Если рекламная кампания проводится туристской фирмой самостоятельно, то следует придерживаться таких правил:

- определить цели рекламной кампании;
- уточнить исполнителей рекламных мероприятий;
- разработать темы рекламной кампании;
- выбрать носителей рекламы;
- произвести калькуляцию затрат на рекламную кампанию;
- создать рекламные макеты под выбранные носители;
- заказать время рекламы в эфире или даты ее в прессе;
- проконтролировать выход рекламы в указанное время;
- провести анализ эффективности данной рекламной кампании.

Целесообразно рекламную кампанию проводить в "массированном" режиме, придерживаясь указанной последовательности операций.

Особо следует оговорить порядок калькуляции расходов. Максимальный размер средств на рекламу, относимый на себестоимость услуг, регламентируется Письмом Министерства финансов Российской Федерации от 6 октября 1992 года N 94 (с изменениями и дополнениями в 1994 и 1995 г.г.).

В данном документе нормативы для исчисления предельных размеров расходов на рекламу в год увязаны с объемом выручки от реализации услуг. При этом организации, осуществляющие свою деятельность в сфере предоставления туристских услуг, увеличивают исчисленную предельную сумму расходов на рекламу в три раза. Данная налоговая льгота введена в действие с 1 января 1994 года.

Если базовой суммы (со льготой) на рекламу недостаточно, то разница покрывается уже из чистой прибыли, остающейся в распоряжении предприятия.

При этом в рамках утвержденной сметы следует провести калькуляцию расходов по статьям:

- оплата исполнителей;
- расходы на рекламные средства и материалы;
- расходы на производство рекламной продукции;
- расходы на распространение рекламы
- (транспортировка, перемещение и т.д.);
- административные расходы;
- амортизационные отчисления;
- прочие неучтенные расходы.
- При выборе рекламного носителя следует учитывать:
- стоимость рекламы на данном носителе информации (радио, телевидение, пресса, почтовая рассылка и пр.);
- эффективность выбранного носителя;
- возможность повторов данной рекламы;
- система льгот и др.

При самостоятельном проведении рекламной кампании наибольшую сложность вызывает создание эффективного рекламного объявления.

В учебниках по рекламе для написания эффективного текста рекламы рекомендуются следующие 15 правил:

- высказывайтесь просто;
- высказывайтесь интересно;
- высказывайтесь прямо;
- высказывайтесь утвердительно;
- руководствуйтесь здравым смыслом;
- излагайте факты;
- будьте краткими;
- будьте правдивыми и благопристойными;
- будьте не похожими на других (оригинальными);
- повторяйте наиболее важные аргументы;
- стремитесь привлечь и удержать внимание;
- говорите клиенту, что он должен сделать;
- опробуйте средство рекламы;
- опробуйте текст и композицию рекламы;
- избегайте прямых сравнений с конкурентами, называя их по имени.

Важное значение при написании рекламного текста для прессы имеет также выбор шрифта. При этом рекомендуется использовать комбинации шрифтов: основного, выделительного, декоративного и др.

Выбор таких шрифтов при компьютерной верстке (наборе) не представляет никаких проблем. Для передачи читателю большей убедительности и побудительной силы - рекламный текст должен быть смонтирован на фотографии, рисунке, схеме, плакате.

Если фирма имеет свой товарный знак или другие элементы фирменного стиля - целесообразно использовать их при монтаже текста. Как правило, рекламный текст должен иметь свое графическое решение.

Если полиграфическая реклама работает на уровне чистой информативности (обращения), то телевизионная реклама базируется на принципе зрелищной узнаваемости и создается на ином профессиональном стиле. Это же касается и разработки рекламных видеоматериалов.

Аналогичную специфику восприятия имеет и радиореклама, создаваемая по своим

определенным правилам.

Разработка рекламного текста должна быть увязана с группой потребителей, на которую она рассчитана, т.е. адресат диктует содержание рекламного обращения. С точки зрения эффективности рекламы важным фактором является место расположения ее в печатном органе или электронных средствах массовой информации. Мужчины больше читают или смотрят спортивные материалы, политические обзоры, коммерческие материалы; женщины - о культурной жизни, моде, кулинарии и др.

Что касается выбора времени подачи рекламы, то оно определяется несколькими факторами:

- сколько раз данная реклама будет показана или опубликована;
- временем года;
- временем суток.

Время туристской рекламной кампании начинается, как правило, значительно раньше реализации туров, постепенно нарастает и переходит в массированную рекламу к началу действия тура.

Практикой установлено, что наилучшими сроками проведения рекламной кампании являются: для летнего отдыха - с февраля по май; для зимнего - с сентября по ноябрь; весеннего - с января по март.

Это согласуется с психологией восприятия человеком новой идеи: осведомленность - интерес - оценка - проверка - принятие решения.

Если в структуре рекламной кампании предусмотрена устная реклама для конкретной аудитории, то здесь следует придерживаться таких правил:

- преподнесите свое сообщение с точки зрения интересов аудитории, которой вы обращаетесь;
- дайте аудитории почувствовать себя вовлеченной в процесс коммуникации - и она заинтересуется вашим сообщением;
- сделайте тему сообщения частью той атмосферы, которой живет аудитория, и ее каналы восприятия будут адаптированы;
- обращайтесь к аудитории, не поучая людей, - это заставит слушать вас даже самых невнимательных и агрессивных;
- ваше сообщение должно найти адресата в среде его обитания или деятельности;
- попробуйте преподнести одну идею (сообщение) разными способами;
- будьте последовательны и логичны;
- пусть аудитория убедится, что вы излагаете собственную точку зрения, а не навязываете чужую информацию;
- будьте честными и дайте людям понять, что вы заслуживаете доверия.

В данном разделе представлены только фрагменты и практические рекомендации по стратегии рекламной кампании туристской фирмы. Более подробные сведения можно почерпнуть в специальных источниках по этой теме.

## **16. ПОРЯДОК ОБРАЗОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ**

В предыдущих разделах была рассмотрена экономическая целесообразность создания туристской фирмы на основании ее бизнес-плана. Здесь предполагается рассмотреть порядок образования фирмы как юридического лица, считая, что экономическая целесообразность уже доказана и требуемые финансовые ресурсы для ее создания, включая оборотный капитал, имеются.

Подробная поэтапная процедура создания туристской фирмы представлена на рис.22. При этом следует отметить, что данная процедура не является статичной, она видоизменяется в зависимости от выбранной организационно-правовой формы региона, где происходит регистрация, и имеет тенденцию к упрощению.

### **16.1 Выбор организационно-правовой формы.**

Выбор организационно-правовой формы производится учредителями (участниками) в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Для вновь образуемых небольших туристских фирм, начинающих туристский бизнес впервые, целесообразно рекомендовать форму хозяйственных обществ или товариществ.

Наиболее гибкой формой для малого туристского бизнеса является общество с ограниченной ответственностью (ООО). Оно может быть учреждено одним или несколькими лицами, а уставной капитал такого общества разделен на доли, определенных учредительными документами размеров. При этом участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах размера внесенных ими вкладов.

Число участников такого общества не должно превышать предела, установленного Законом об обществах с ограниченной ответственностью. Если это число превышает установленный Законом предел, то такое общество в течение года должно быть преобразовано в другие организационно-правовые формы или ликвидировано.



**Рис. 22. Этапы создания туристской фирмы**

Другая организационно-правовая форма малого туристского бизнеса - это Общество с дополнительной ответственностью (ОДО). В отличие от предыдущей формы - (ООО), участники такого общества солидарно несут субсидарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определенных учредительными документами. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными пропорционально их вкладам, если иной порядок ответственности не предусмотрен учредительными документами. В остальном к обществу с дополнительной ответственностью применяются статьи Гражданского кодекса об обществах с ограниченной ответственностью.

Туристский бизнес на основе значительных первоначальных инвестиций и уже

завоеванной ниши рынка туристских услуг целесообразно реализовывать в форме закрытого акционерного общества. Здесь уставной капитал разделен на определенное число акций в соответствии с учредительными документами. Акционеры не отвечают по обязательствам акционерного общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Акции в закрытом акционерном обществе распределяются только среди его учредителей и не могут распространяться по открытой подписке. Число участников закрытого акционерного общества не должно превышать числа, установленного Законом об акционерных обществах, в противном случае оно подлежит преобразованию в открытое акционерное общество в течение года или ликвидации в установленном порядке.

Акционерное общество закрытого типа может быть создано и одним лицом, или состоять из одного лица в случае приобретения одним акционером всех акций общества.

Практика создания малого и среднего туристского бизнеса в форме открытого акционерного общества в Российской Федерации весьма малочисленна. Как правило, такие общества созданы либо путем преобразования закрытых акционерных обществ, или созданы путем приватизации.

Порядок их создания регламентируется Гражданским кодексом, Законом об акционерных обществах и нормативными актами по приватизации.

Туристские фирмы, работающие в одном регионе, для координации и лоббирования своей коммерческой деятельности могут на добровольной основе образовывать некоммерческие организации в виде Ассоциаций, Союзов и т.д. Туристские некоммерческие организации могут заниматься предпринимательской деятельностью только для удовлетворения своих уставных целей и задач. Если по решению участников на Союз или Ассоциацию возлагается ведение предпринимательства, как основного вида уставной деятельности, то такая организация должна быть преобразована в хозяйственное общество или товарищество. Члены некоммерческих организаций сохраняют свою самостоятельность и право юридического лица, а сама организация не отвечает по обязательствам своих членов.

## **16.2 Протокол намерений участников (учредителей).**

Для более четкого определения целей и задач создаваемой фирмы, согласования организационно-правовой формы, размера уставного капитала и первоначальных инвестиций, распределения поручений участникам на стадии организации, решения других организационных вопросов - целесообразно оформить протокол намерений (меморандум). Он не входит в число обязательных учредительных документов и формально лица его подписавшие не несут ответственности за невыполнение принятых обязательств. Тем не менее, данный протокол является основой учредительного договора и единственным документом, связывающим учредителей до момента регистрации фирмы.

В ряде случаев отношения потенциальных учредителей оформляются договором о совместной деятельности, в котором закреплены определенные обязательства:

- порядок и сроки разработки учредительных документов;
- распределение долевого участия в финансировании организационного этапа;
- распределение долей в уставном капитале;
- согласование форм имущественного и интеллектуального вклада в уставной капитал и его оценка;
- распределение долей при формировании оборотных средств;
- согласование организационно-правовой формы и структуры управления будущей фирмы;
- степень и форма участия учредителей в органах управления;
- согласование бизнес-плана или технико-экономического обоснования

создания фирмы и др.

Выполнение обязательств участников по данному протоколу (договору) является основой их дальнейшего взаимопонимания и доверия.

### **16.3 Разработка проектов учредительных документов.**

Учредительные документы разрабатываются в соответствии с выбранной организационно-правовой формой и требованиями соответствующих статей Гражданского кодекса Российской Федерации.

Для общества с ограниченной ответственностью учредительными документами являются:

- учредительный договор, подписанный его учредителями;
- устав, принятый общим (учредительным) собранием.

В случае учреждения общества одним лицом - его учредительным документом является устав.

В учредительном договоре перечислены все учредители, их реквизиты, размер уставного капитала, его распределение по долям, перечень имущества, вносимого учредителями в уставной фонд и его оценка и др.

В уставе общества с ограниченной ответственностью необходимо отразить следующие сведения:

- наименование общества, юридический адрес;
- учредители (участники) общества;
- на какой срок создано общество;
- цели и предмет деятельности общества;
- правовой статус общества;
- имущество, уставной капитал, распределение долей;
- перечень имущества, вносимого участниками в уставной фонд и способ его оценки;
- фонды, порядок распределения прибыли и покрытия убытков;
- заемный капитал общества;
- права и обязанности участников;
- органы управления обществом;
- порядок изменения состава участников;
- трудовые отношения с работниками общества;
- социальное страхование работников;
- учет и отчетность;
- ревизионная комиссия и аудит;
- прекращение деятельности и реорганизация общества;
- порядок изменения устава.

Данный перечень не является исчерпывающим и может видоизменяться в зависимости от различных факторов.

Требования к учредительным документам общества с дополнительной ответственностью аналогичны, за исключением специфики солидарной ответственности по обязательствам, оговоренной ранее.

Учредительным документом акционерного общества закрытого типа является устав, который должен отражать, дополнительно к вышеизложенному, порядок разделения уставного капитала на акции, их номинал, виды, порядок распределения нерезализованных акций, сертификаты акций и т.д.

Кроме этого, вводится дополнительно раздел "Права и обязанности акционеров",

"Дивиденды", "Порядок ведения реестра акций (сертификатов)".

Это же касается и открытого акционерного общества, где дополнительно вводится раздел "Порядок эмиссии акций".

Учредительными документами некоммерческих туристских организаций (Ассоциаций, Союзов) являются учредительный договор и устав.

Здесь, помимо вышеуказанных сведений, должны содержаться также:

- условия о составе и компетенции органов управления;
- порядок принятия ими решений;
- порядок распределения имущества после их ликвидации;
- порядок оплаты вступительных и ежегодных взносов;
- порядок вступления в Ассоциации и Союзы новых участников и др.

Особо следует обратить внимание на выбор размера уставного фонда и доли в нем каждого участника (учредителя).

Уставной фонд будущего предприятия - это часть средств, которые предприятие должно "заморозить", ибо в этих пределах оно несет ответственность перед кредиторами, если иное имущество отсутствует.

В процентах от размера уставного фонда формируется доля резервного фонда.

Минимальный размер уставного фонда регламентируется нормативно-правовыми актами. Так для акционерного общества открытого типа с иностранными инвестициями минимальный размер уставного фонда на дату представления документов для регистрации составляет 1000 минимальных месячных зарплат, для предприятий других организационно-правовых форм - 100 минимальных зарплат.

Максимальное значение размера уставного фонда не регламентируется. Считается, чем выше размер уставного фонда, тем солиднее выглядит предприятие. Формирование уставного фонда - один из способов формирования имиджа фирмы.

В соответствии с Законом РФ "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках" и Письмом Государственного комитета РФ по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур N ЮД-2610 от 21 мая 1994 года - при регистрации предприятий с уставным капиталом более 500 млн. рублей следует получить согласие Антимонопольного комитета.

## **16.4 Проведение учредительного собрания.**

Процедура проведения учредительного собрания регулируется нормами Гражданского кодекса РФ, выбранной организационно-правовой формой предприятия и его уставом.

Подготовка учредительного собрания ведется инициативной группой в порядке выполнения решения протокола намерений.

Согласованная с участниками (учредителями) повестка дня официально вручается не менее чем за две недели до начала собрания.

В собрании имеют право участвовать все учредители или доверенные их лица.

В повестку дня вносятся следующие основные вопросы:

- об организации фирмы с выбранным правовым статусом;
- обсуждение проекта устава и учредительного договора;
- выборы органов управления;
- об образовании исполнительных органов;
- об утверждении аудита.

Допускается на учредительном собрании включить в повестку дня также следующие вопросы:

- обсуждение бизнес-плана фирмы (если его проект к этому времени разработан);
- обсуждение концепции рекламной кампании.

Если уставом предусмотрено внесение имущественных вкладов в виде зданий, сооружений, оборудования, права собственности на землю и другие вещные права, а также право на интеллектуальную собственность, то на данном собрании создается комиссия по оценке данной собственности и утверждается ее предложение по принципам и формам оценки.

Кроме того, если создается акционерное общество открытого или закрытого типа, то в повестку дня следует дополнительно поставить вопрос о порядке ведения реестра акционеров.

Общее (учредительное) собрание правомочно в случае присутствия не менее половины участников или их законных представителей.

Голосование может быть как открытым, так и закрытым, а при большом числе учредителей может быть создана счетная комиссия. При равенстве голосов сторон -голос председательствующего является решающим.

Решение считается принятым, когда за него проголосовали большинством в две трети голосов, присутствовавших на собрании, если иное не предусмотрено в уставе.

По решению учредительного собрания составляется протокол, который в ряде случаев включается в число учредительных документов, направляемых на регистрацию.

## **16.5 Подготовка учредительных документов для регистрации.**

После проведения учредительного собрания в ранее подготовленные проекты учредительных документов вносятся все изменения и дополнения, которые поступили от учредителей (участников).

Документы перепечатываются, размножаются как минимум в четырех экземплярах и прошнуровываются.

Следует обратить внимание на наличие всех подписей учредителей в учредительном договоре, ссылки в уставе на протокол, которым он был утвержден, а также на правильное оформление протокола учредительного собрания, который подписывается председателем и секретарем собрания.

В настоящее время при направлении учредительных документов на регистрацию не требуется их нотариальное заверение, кроме случаев, оговоренных ниже.

Учредительные документы направляются по почте с квитанцией об оплате регистрационного сбора или предоставляются лично.

Органы по регистрации не вправе требовать другие документы, не входящие в перечень учредительных.

## **16.6 Правовая регистрация фирмы.**

В соответствии с Гражданским кодексом РФ регистрация предприятий возложена на органы юстиции или уполномоченные ими организации.

Порядок регистрации регламентируется Гражданским кодексом РФ, соответствующими Законами той или иной организационно-правовой формы, Указами Президента и Постановлениями правительства.

Изменения и дополнения в порядок регистрации предприятий были внесены Указом Президента "Об упорядочении государственной регистрации предприятий и предпринимателей на территории РФ" от 8 июля 1994 года. В рамках этого Указа было утверждено "Положение о порядке государственной регистрации субъектов предпринимательской деятельности".

Кроме регламентации минимального размера уставного фонда, оговоренной ранее, в данных нормативно-правовых актах содержится положение, согласно которому указание

видов деятельности, осуществляемых предприятием, обязательно лишь для государственных и муниципальных предприятий, а также некоммерческих организаций, имеющих право ведения предпринимательской деятельности.

Правовая регистрация предприятия имеет уведомительный характер, т.е. при наличии требуемых документов и правильном их оформлении в регистрации предприятия не может быть отказано, за исключением специально оговоренных случаев, когда уставная деятельность связана со специальными разрешениями или является исключительной компетенцией государства. Это, как правило, не относится к регистрации туристских предприятий, организаций и учреждений.

При соблюдении требований, предъявляемых к учредительным документам, необоснованный отказ в их регистрации может быть обжалован в судебном порядке.

Регистрация изменений и дополнений в учредительные документы проводится аналогично первичной регистрации. При этом данные изменения и дополнения вносятся в Государственный реестр, карту постановления на учет в налоговой инспекции и других фондах.

Регистрация предприятия считается состоявшейся, если соответствующая запись внесена в Государственный реестр, а предприятию выдано свидетельство о регистрации установленной формы.

В случае ликвидации предприятия оно считается ликвидированным с момента внесения соответствующей записи в Государственный реестр.

Порядок перерегистрации предприятий при изменении их организационно-правовой формы в связи с принятием нового Гражданского кодекса РФ регламентируется Законом РФ "О введении в действие Гражданского кодекса РФ (ч.1)".

## **16.7 Постановка предприятия на учет.**

После оплаты 50 % уставного фонда и получения свидетельства о регистрации следует процедура постановки предприятия на учет в следующих ведомствах:

- налоговой инспекции; органах статистики; пенсионном фонде;
- фонде медицинского страхования;
- фонде социального страхования.

После государственной регистрации (перерегистрации) предприятие обязано в установленном порядке в течение 10 дней стать на налоговый учет в налоговой инспекции по месту своего нахождения.

Для постановки на учет в налоговой инспекции для предприятий без участия иностранных инвестиций следует предоставить:

- а) карту постановления на учет и включения в Государственный реестр (в 3-х экз.);
- б) копии зарегистрированных учредительных документов, прошитых и заверенных в установленном порядке и других необходимых документов, включающих в себя:
  - копию свидетельства о регистрации, заверенной в установленном порядке;
  - копию устава, заверенного в установленном порядке;
  - копию учредительного договора (при числе учредителей более одного), заверенного в установленном порядке;
  - копию протокола учредительного собрания (при числе учредителей более одного), заверенного в установленном порядке;
  - копию справки о согласовании с Антимонопольным комитетом (если предприятие является монополистом или его уставной фонд превышает размер, установленный для предприятий-монополистов);
  - копию справки о согласовании с комитетом по управлению имуществом (если в уставном фонде присутствует доля государственной или муниципальной собственности).

Предприятия с участием иностранного капитала кроме того предоставляют:

- копии учредительных документов для каждого участвующего в создании совместного предприятия российского юридического лица, заверенные в установленном порядке;
- документ о платежеспособности иностранного инвестора, выданный обслуживающим его банком или иным кредитно-финансовым учреждением (с заверенным переводом на русский язык);
- выписку из торгового реестра страны происхождения иностранного инвестора, его местонахождения, гражданства или постоянного места жительства (с заверенным переводом на русский язык).

Налоговая инспекция в срок до пяти дней:

- проверяет правильность заполнения карты;
- полноту пакета представленных документов;
- выполняет постановку на учет;
- присваивает номер в Государственном реестре;
- выдает информационное письмо о постановке на учет и включении в Государственный реестр;
- выдает один экземпляр зарегистрированной карты;
- выдает памятку о видах и порядке оплаты налогов.

Аналогичная процедура выполняется при перерегистрации предприятия или внесении изменений и дополнений в его устав или учредительный договор.

Более подробно порядок постановки предприятия на налоговый учет и внесения его в Государственный реестр описан в "Положении о порядке ведения Государственного реестра предприятий", утвержденного Министерством финансов РФ и Государственной налоговой службой 12 апреля 1993 года.

В органы статистики при постановке на учет предоставляются копии учредительных документов, заверенных в соответствующем порядке, заверенная копия регистрационного свидетельства, карта постановки на учет в налоговой инспекции.

На основании устава заполняется карта постановки на учет в органах статистики, один экземпляр которой выдается предприятию после оплаты очередного регистрационного сбора.

Аналогичный порядок постановки на учет в остальных фондах, перечисленных выше.

## **16.8 Последующие организационные процедуры.**

После получения свидетельства о Государственной регистрации фирмы и постановки ее на учет следует выполнить еще целый ряд организационных мероприятий. Одним из таких мероприятий является открытие расчетных счетов предприятия в учреждениях банка. В принципе, предприятию разрешен свободный выбор банка, однако удобнее если он расположен в районе, где находится это предприятие. В ряде случаев, при открытии счетов в акционерном коммерческом банке Вам предложат сначала стать его акционером, т.е. приобрести пакет акций (что не является обязательным).

Для открытия расчетных счетов следует определиться, какие банковские счета Вам необходимы (рублевый, валютный, текущий и пр.) и ознакомиться с порядком открытия и ведения счетов в данном кредитно-финансовом учреждении. В настоящее время снят запрет на ограничения количества счетов в банках, однако их открытие связано с незамедлительным уведомлением об этом налоговой инспекции.

После выбора вида счетов и выбора банка следует подготовить в трех экземплярах банковские карточки с нотариальным заверением образцов подписей руководителя предприятия, главного бухгалтера и их заместителей (при необходимости).

В банк предоставляются копии учредительных документов и свидетельства о

регистрации, заверенные в установленном порядке, карта постановки на учет в налоговой инспекции, заверенные банковские карточки.

В банке Вам присваиваются номера расчетных счетов и сообщается соответствующий код МФО.

Если Ваш офис оборудован компьютером с модемом, то целесообразно дальнейшие взаимоотношения с банком проводить через модемную связь в форме электронной почты.

Одновременно с процедурой открытия счетов следует получить в установленном порядке разрешение УВД на изготовление печатей и штампов, подготовить их эскизные образцы и заказать в соответствующей фирме. Целесообразно также подготовить эскизы и заказать различные образцы фирменных бланков с выбранным логотипом для писем, приказов, распоряжений и т.д. Если к тому времени у Вас уже разработан и зарегистрирован товарный знак, то он должен присутствовать на данных бланках наряду с реквизитами, адресом, телефонами и др.

Прочая отчетно-учетная бланочная продукция приобретается (или заказывается) заблаговременно.

Здесь представлены только основные этапы процедуры создания фирмы, но в каждом конкретном случае имеется определенная специфика, поэтому если позволяют финансовые возможности, целесообразно всю процедуру создания туристского предприятия поручить под Вашим контролем специализированной фирме, это будет значительно быстрее и качественнее.

## **16.9 Порядок ликвидации туристской фирмы.**

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (часть первая) - предусмотрена обычная и принудительная процедура ликвидации предприятия как юридического лица.

Обычная процедура ликвидации применяется при добровольном решении общего собрания о ликвидации в соответствии с уставом.

Принудительная ликвидация фирмы производится по решению суда по иску государственных органов и органов местного самоуправления, имеющих право такого иска по закону.

Наиболее частыми истцами при принудительной ликвидации туристских фирм выступают:

- налоговая инспекция (налоговая полиция);
- орган, зарегистрировавший фирму;
- орган, выдавший ей лицензию на право деятельности;
- антимонопольный комитет;
- кредиторы (или совет кредиторов);
- общество по защите прав потребителей.

По решению суда фирма может быть ликвидирована в следующих случаях:

- при осуществлении деятельности, запрещенной законом;
- при неоднократных или грубых нарушениях законодательства;
- при систематическом осуществлении деятельности, которая противоречит его уставным целям;
- в иных случаях, предусмотренных Гражданским кодексом РФ.

После вынесения решения суда о ликвидации фирмы следует:

- известить орган, осуществляющий регистрацию, для внесения в Государственный реестр сведений, что фирма находится в процессе ликвидации;
- учредители или орган, уполномоченный учредительными документами, должны назначить

ликвидационную комиссию или ликвидатора, осуществляющих ликвидацию.

Весь последующий процесс ликвидации условно подразделяется на пять стадий, на каждой из которых должны совершаться определенные действия, регламентируемые Гражданским кодексом РФ.

На первой стадии ликвидационная комиссия должна поместить в печати объявления о ликвидации фирмы. В данном объявлении указываются порядок и срок предъявления кредиторами своих требований к ликвидируемой фирме. Срок на заявление таких требований не может быть менее двух месяцев.

На этой же стадии ликвидационная комиссия должна выявить всех кредиторов фирмы и персонально уведомить их о ликвидации.

Здесь же комиссия должна расшифровать дебиторскую задолженность всех должников и принять необходимые меры на взыскание сумм задолженностей.

Вторая стадия ликвидации начинается с истечения срока, предоставленного кредиторам, для предъявления своих требований к ликвидируемой фирме.

К этому моменту ликвидационная комиссия должна иметь полные сведения о составе и стоимости имущества ликвидируемой фирмы. Все поступившие требования кредиторов должны быть к этому времени рассмотрены ликвидационной комиссией.

Кроме этого на данной стадии следует также составить промежуточный баланс, где содержатся сведения о составе имущества ликвидируемой фирмы. Его утверждают учредители либо орган, принявший решение о ликвидации. Данный баланс является основанием для выплаты денежных сумм кредиторам по их требованиям.

На третьей стадии реализуется продажа имущества фирмы с торгов, если по данным промежуточного баланса фирмы недостаточно средств для удовлетворения всех требований кредиторов.

При ликвидации туристского учреждения (например, туристское учебное заведение) продажа его имущества не производится, ибо оно отвечает перед кредиторами только своими денежными средствами.

На четвертой стадии основной задачей ликвидационной комиссии является выплата кредиторам денежных сумм признанных требований. Очередность выплаты регулируется статьей 64 Гражданского кодекса РФ, т.е. здесь регулируется гарантия прав кредитора, и в этот порядок ликвидационная комиссия не может внести свои изменения.

В первую очередь - удовлетворяются требования граждан, перед которыми ликвидируемое юридическое лицо несет ответственность за причинение вреда жизни или здоровью, путем капитализации соответствующих повременных платежей.

Во вторую очередь - производятся расчеты по выплате выходных пособий и оплате труда с лицами, работающими по трудовому договору и по выплате вознаграждений по авторским договорам.

В третью очередь - удовлетворяются требования кредиторов по обязательствам, обеспеченным залогом имущества ликвидируемой фирмы.

В четвертую очередь - погашается задолженность по обязательным платежам в бюджет и внебюджетные фонды.

В пятую очередь - производятся расчеты с другими кредиторами в соответствии с законом.

При этом требования каждой очереди удовлетворяются лишь после полного удовлетворения требований предыдущей очереди. Таким образом, кредиторы пятой очереди (их основная масса среди кредиторов остальных очередей) могут претендовать на оставшуюся сумму после удовлетворения четырех предыдущих очередей. К тому же денежные суммы выплачиваются им не со дня утверждения промежуточного баланса, как это имеет место в отношении иных кредиторов, а через месяц после этой даты.

При недостаточности имущества ликвидируемой фирмы оно распределяется между

кредиторами соответствующей очереди пропорционально суммам требований, подлежащих удовлетворению.

После проведения всех расчетов составляется ликвидационный баланс, который утверждается собственником имущества или органом, принявшим решение о ликвидации, по согласованию с органом, осуществляющим регистрацию.

Процесс ликвидации считается завершенным с момента внесения в Государственный реестр юридических лиц записи о прекращении деятельности ликвидируемой фирмы.

## **17. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

### **17.1 Лицензирование туристской фирмы.**

После правовой регистрации туристской фирмы следующим организационным этапом является получение лицензии на право уставной деятельности. Лицензирование туристской деятельности базируется на следующих нормативно-правовых актах:

- Постановление Правительства РФ от 24 декабря 1994 г. N 1418 "О лицензировании отдельных видов деятельности" (с изменениями и дополнениями);
- Постановление СМ РФ от 27 мая 1993 г. N 492 "О полномочиях органов исполнительной власти краев, областей, автономных образований, городов федерального значения по лицензированию отдельных видов деятельности";
- Постановление Правительства РФ от 12 декабря 1995 г. N 1222 "О лицензировании международной туристской деятельности в Российской Федерации";
- Приказ Минтранса РФ от 21 февраля 1994 г. N 9 "О порядке выдачи лицензий на международные перевозки и связанные с ними транспортно-экспедиционные услуги";
- Постановление Правительства Москвы N 880 от 21 сентября 1993 года "О лицензировании туристской и экскурсионной деятельности".

Лицензия является официальным документом, разрешающим осуществление туристской деятельности в течение установленного срока.

В настоящее время в соответствии с Постановлениями Правительства РФ N 1222 и 1418 - лицензированию подлежит только международная туристская деятельность.

Под международной туристской деятельностью понимается прием иностранных туристов на территории Российской Федерации и направление туристов за рубеж.

Данные документы регулируют порядок и условия лицензирования международной туристской деятельности, осуществляемой российскими и расположенными на территории Российской Федерации иностранными организациями независимо от их организационно-правовой формы, а также физическими лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 24 декабря 1994 г. N 1418 "О лицензировании отдельных видов деятельности" органом, уполномоченным на лицензирование международной туристской деятельности, является Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму.

Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму имеет право передать полномочия по лицензированию международной туристской деятельности соответствующим органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Лицензии, выданные Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму, действительны на всей территории Российской Федерации.

Лицензии, выданные органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, уполномоченными на лицензирование международной туристской деятельности,

действительны на всей территории Российской Федерации после включения лицензиата в реестр юридических и физических лиц, получивших лицензии на осуществление международной туристской деятельности, ведение которого осуществляет Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму.

Организациям, учредителями которых являются иностранные юридические и физические лица, а также созданным с участием иностранных инвестиций, и иностранным гражданам, осуществляющим на территории Российской Федерации предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, лицензии выдаются только Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму.

Для получения лицензии заявитель представляет в орган, уполномоченный на ведение лицензионной деятельности:

а) заявление о выдаче лицензии с указанием:

- для юридических лиц - наименования и организационно-правовой формы, юридического адреса, номера расчетного счета и наименования соответствующего банка;
- для физических лиц - фамилии, имени, отчества, паспортных данных (серия, номер, когда и кем выдан) и места жительства; вида деятельности; срока действия лицензии. Форма заявления утверждается Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму;

б) копии учредительных документов (если они не заверены нотариусом - с предъявлением оригинала);

в) копию свидетельства о государственной регистрации;

г) документ, подтверждающий оплату рассмотрения заявления;

д) документ налогового органа о постановке на учет или копию свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве предпринимателя со штампом налогового органа.

Требовать от заявителя представления документов, не предусмотренных настоящим Положением, запрещается.

Руководители юридических лиц и физические лица-предприниматели несут ответственность за достоверность представляемых сведений, установленную законодательством Российской Федерации.

Все документы, представленные для получения лицензии, регистрируются органом, уполномоченным на ведение лицензионной деятельности.

Рассмотрение заявления о выдаче лицензии и выдача лицензии осуществляются на платной основе. Порядок определения размера платы за рассмотрение заявления о выдаче лицензии и за выдачу лицензии устанавливается Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму по согласованию с Министерством финансов Российской Федерации.

В соответствии с "Положением о порядке уплаты и размерах сбора за выдачу лицензии на осуществление международной туристской деятельности" от 24 января 1994 года, утвержденным Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму, лицензионный сбор за выдачу лицензий на осуществление международной туристской деятельности уплачивается заявителем или уполномоченным им лицом до подачи необходимых документов, установленных Постановлением Правительства Российской Федерации от 12 декабря 1995 г. N 1222 "О лицензировании международной туристской деятельности в Российской Федерации".

Лицензионный сбор за выдачу лицензии на международную туристскую деятельность составляет 50-кратный размер минимальной оплаты труда, установленной в Российской Федерации.

Если учредителем предприятия, подающим заявление на получение лицензии на международную туристскую деятельность, является иностранный гражданин, постоянно

проживающий в Российской Федерации, или иностранное юридическое лицо, либо туристская фирма, созданная с участием иностранных инвестиций, то лицензионный сбор взимается в размере 5 тысяч долларов США.

В случае смены учредителей, изменения организационно-правовой формы, наименования, юридического адреса, а также ликвидации или реорганизации юридического лица лицензия теряет юридическую силу и на основании необходимых документов переоформляется на вновь образованное юридическое лицо, являющееся его правопреемником. В этом случае регистрационный сбор уплачивается в размере 50 процентов от установленной суммы лицензионного сбора.

В случае утраты лицензии ее дубликат выдается после уплаты лицом 50 процентов от установленного лицензионного сбора.

Уплаченный лицензионный сбор возврату не подлежит. Средства, поступающие от уплаты лицензионного сбора, направляются:

- при выдаче лицензий Комитетом Российской Федерации по туризму - в республиканский бюджет РФ – 50 процентов, Комитету Российской Федерации по туризму - 50 процентов;
- при выдаче лицензий уполномоченными Роскомтуризмом государственными органами по управлению туризмом республик в составе Российской Федерации, краев, областей, автономных образований, городов Москвы и Санкт-Петербурга в республиканские бюджеты республик в составе Российской Федерации, бюджеты национально-государственных и административно-территориальных образований Российской Федерации - 50 процентов, государственному органу, выдавшему лицензию - 50 процентов.

Проверка правильности взимания лицензионного сбора осуществляется в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

Бланки лицензий имеют степень защищенности на уровне ценной бумаги на предъявителя, являются документами строгой отчетности, имеют учетную серию и номер. Приобретение, учет и хранение бланков лицензий осуществляют Государственный комитет Российской Федерации по физической культуре и туризму и уполномоченные органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Решение о выдаче или отказе в выдаче лицензии принимается в течение 30 дней со дня получения заявления со всеми необходимыми документами.

В случае необходимости проведения дополнительной, в том числе независимой, экспертизы решение принимается в 15-дневный срок после получения экспертного заключения, но не позднее 60 дней со дня подачи заявления со всеми необходимыми документами. При этом расходы, связанные с оплатой труда экспертов, а также другие дополнительные расходы, непосредственно связанные с выдачей лицензии, не включаются в фиксированную лицензионную плату и уплачиваются отдельно при рассмотрении заявления и выдаче лицензии.

Условиями проведения дополнительной, в том числе независимой, экспертизы могут являться спорные положения в представленных на рассмотрение документах, наличие претензий к заявителю (лицензиату) по осуществлению им международной туристской деятельности.

В отдельных случаях, в зависимости от сложности и объема подлежащих экспертизе материалов, председателем Государственного комитета Российской Федерации по физической культуре и туризму или соответствующим органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, которому переданы полномочия по лицензированию международной туристской деятельности, срок принятия решения о выдаче или отказе в выдаче лицензии может быть дополнительно продлен до 30 дней.

Уведомление об отказе в выдаче лицензии направляется заявителю в письменной форме в 3-дневный срок после принятия решения с указанием причины отказа.

Основанием для отказа в выдаче лицензии являются: наличие в документах,

представленных заявителем, недостоверной (искаженной) информации, отрицательное экспертное заключение, установившее несоответствие условиям, необходимым для осуществления международной туристской деятельности, и условиям безопасности.

Лицензия выдается сроком на три года, но может быть выдана и на меньший срок по заявлению лица, обратившегося за ее получением.

Продление срока действия лицензии производится в порядке, установленном для ее получения.

Передача лицензии другим юридическим и физическим лицам запрещается.

В случае если лицензируемый вид деятельности осуществляется лицензиатом на нескольких территориально обособленных объектах, лицензиату одновременно с лицензией выдаются ее заверенные копии с указанием местоположения каждого объекта.

При ликвидации юридического лица или прекращении действия свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве предпринимателя выданная ему лицензия теряет юридическую силу и подлежит возврату органу, уполномоченному на лицензирование международной туристской деятельности.

В случае реорганизации, изменения наименования юридического лица, его юридического адреса, изменения паспортных данных или места жительства физического лица, утраты лицензии лицензиат обязан в 15-дневный срок подать заявление о переоформлении лицензии.

Переоформление лицензии производится в порядке, установленном для ее получения.

До переоформления лицензии лицензиат осуществляет деятельность на основании ранее выданной лицензии, в случае ее утраты - на основании временного разрешения, выдаваемого Государственным комитетом Российской Федерации по физической культуре и туризму или соответствующим органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации, которому переданы полномочия по лицензированию международной туристской деятельности.

Лицензия подписывается руководителем (в случае его отсутствия - заместителем руководителя) органа, уполномоченного на лицензирование международной туристской деятельности, и заверяется печатью этого органа.

Орган, уполномоченный на лицензирование международной туристской деятельности, приостанавливает действие лицензии или аннулирует ее в случае:

- представления лицензиатом соответствующего заявления;
- обнаружения недостоверных данных в документах, представленных для получения лицензии;
- невыполнения лицензиатом предписаний или распоряжений государственных органов или приостановления ими деятельности юридического лица, а также физического лица, занимающегося предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- нарушения лицензиатом законодательства Российской Федерации, регулирующего въезд и пребывание иностранных туристов и выезд российских туристов за рубеж, таможенных правил, правил охраны природы, памятников истории и культуры, о защите прав потребителей;
- нарушения лицензиатом условий действия лицензии.

Условиями действия лицензии являются:

- доведение в установленном порядке до каждого туриста исчерпывающей информации об особенностях въезда и пребывания в иностранном государстве, о специфике поведения во время туристской поездки, в том числе о необходимости уважения местных традиций и обычаев, бережном отношении к культурному наследию и окружающей среде и других правилах пребывания в каждой конкретной стране;
- наличие собственного или арендованного служебного помещения с соответствующим оборудованием;

- наличие в штате не менее одного работника, имеющего специальное туристское образование или стаж работы в сфере туризма не менее 3 лет;
- оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора (контракта) на куплю-продажу услуг;
- предоставление клиенту полной и исчерпывающей информации о режиме работы лицензиата, его юридическом адресе, наличии лицензии, сертификатов на услуги, подлежащие обязательной сертификации, фамилии, имени и отчестве должностных лиц, ответственных за ведение конкретных направлений туристской деятельности.

Орган, уполномоченный на лицензирование международной туристской деятельности, в 3-дневный срок со дня принятия решения об аннулировании или приостановлении действия лицензии в письменной форме информирует о нем лицензиата и органы Государственной налоговой службы Российской Федерации.

В случае изменения обстоятельств, повлекших за собой приостановление действия лицензии, действие лицензии может быть возобновлено.

Лицензия считается возобновленной после принятия соответствующего решения органом, уполномоченным на лицензирование международной туристской деятельности, о котором не позднее чем в 3-дневный срок с момента принятия решения он оповещает лицензиата и органы Государственной налоговой службы Российской Федерации.

Контроль за соблюдением лицензиатом условий, предусмотренных лицензией, осуществляется органом, уполномоченным на лицензирование международной туристской деятельности.

Лицензиат обязан предоставлять указанному органу необходимые для осуществления контроля сведения и документы.

Решения и действия органов, уполномоченных на лицензирование международной туристской деятельности, могут быть обжалованы в установленном порядке в судебных органах.

Руководители и должностные лица органов, уполномоченных на лицензирование международной туристской деятельности, за нарушение или ненадлежащее исполнение установленного порядка ее ведения несут ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Согласно разъяснению Высшего арбитражного суда РФ (письмо от 19.01.93 г.) - если деятельность, для занятия которой требуется лицензия, осуществляется без нее, то такая деятельность рассматривается как незаконная, все заключенные сделки считаются недействительными, а полученный по ним доход - взыскивается в бюджет государства.

При этом возбуждается ходатайство о запрещении заниматься предпринимательской деятельностью.

Расходы по лицензированию отражаются в счете "Нематериальные активы", износ которых включается в себестоимость продукции (работ, услуг).

## **17.2 Сертификация туристских предприятий.**

Сертификация продукции или услуг - это деятельность по подтверждению соответствия их установленным требованиям.

Сертификация производится в целях:

- создания условий для деятельности предприятий, организаций и учреждений и предпринимателей на едином товарном рынке Российской Федерации;
- защиты потребителя от недобросовестности производителя товаров и услуг;
- контроля безопасности продукции и услуг для жизни, здоровья, охраны окружающей среды и имущества;
- подтверждения показателей качества продукции, заявленных изготовителем.

Сертификация в Российской Федерации и ответственность предприятий по данному вопросу регламентируется следующими основными нормативными актами:

- Законом Российской Федерации от 10.06.93 г. "О сертификации продукции и услуг";
- Законом Российской Федерации от 7.02.92 г. "О защите прав потребителей" (с изменениями и дополнениями);
- Постановлением Правительства Российской Федерации от 12.02.94 г. "Об организации работ по стандартизации, обеспечению единства измерений, сертификации продукции, услуг";
- Постановлением Госстандарта РФ от 1.05.92 г. "Порядок проведения сертификации продукции".

Указанные акты предусматривают обязательную сертификацию товаров, работ и услуг потенциально опасных для здоровья граждан, в том числе туристов.

Работу в данной области уполномочен проводить Комитет РФ по стандартизации, метрологии и сертификации.

В соответствии с системой сертификации органом по сертификации выдается предприятию:

- сертификат соответствия - документ, подтверждающий соответствие данной продукции или услуг установленным требованиям;
- знак соответствия, зарегистрированный в установленном порядке, которым маркируется сертифицированная продукция или услуги (на применение такого знака выдается лицензия).

Сертификация бывает обязательной и добровольной. Обязательная сертификация осуществляется в случаях, предусмотренных законодательными актами Российской Федерации. Оплата работ по обязательной и добровольной сертификации производится заявителем, а сами средства относятся на себестоимость продукции, работ, услуг.

Юридические и физические лица, виновные в нарушении правил обязательной сертификации, несут ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Запрещается рекламировать продукцию или услуги, подлежащие обязательной сертификации и не имеющие сертификата соответствия.

Информация о сертификации должна присутствовать в технической документации на товары и услуги.

В рамках обязательной или добровольной сертификации существуют три формы (уровня) сертификации:

- первая форма - заявление, сделанное покупателю продавцом товара или услуги ("самосертификация");
- вторая форма - подтверждение покупателем соответствия услуг необходимым требованиям (сертификация "второй стороной");
- третья форма - подтверждение соответствия услуг установленным требованиям, сделанное независимым органом (сертификация "третьей стороной").

Сертификация туристских услуг проводится по "Правилам сертификации туристских услуг", утвержденным Постановлением Госстандарта России от 14 октября 1994 года N 18, а общее руководство всеми работами по сертификации возложено на Центральный орган системы сертификации Госкомитета РФ по физкультуре и туризму, имеющего свои филиалы в регионах.

Сертификация может выполняться организацией, имеющей в своем составе не менее двух экспертов по туристским услугам.

Системой сертификации предусмотрено выполнение следующих задач:

- оценка мастерства исполнителя (для экскурсий, походов и пр.) оценка процесса предоставления услуги (путешествия по маршруту);

- аттестация туристских предприятий (гостиницы, мотели, кемпинги и др.);
- сертификация систем качества для туристских предприятий.

### 17.3 Стандартизация в туризме.

Для туристских предприятий требования по безопасности услуг устанавливаются в стандартах, санитарных нормах и правилах, которые утверждаются контролирующими органами Государственного управления РФ.

Данные правила и стандарты разрабатываются в соответствии с Законом Российской Федерации "О стандартизации" и ГОСТом 28681-90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания" (основные положения).

Основными задачами стандартизации в сфере туристско-экскурсионного обслуживания являются:

- установление номенклатуры показателей качества услуг и обслуживания туристов;
- установление требований к технологии оказания туристских услуг;
- установление требований, обеспечивающих безопасность услуг;
- установление требований к сертификации туристских услуг;
- установление терминов и определений основных понятий в области стандартизации и управлении качеством др.

Все работы в области стандартизации в сфере туристско-экскурсионного обслуживания возложены на Технический комитет по стандартизации "Туристско-экскурсионное обслуживание" при Росстандарте.

Объектами стандартизации в туристско-экскурсионном обслуживании являются:

- туристские услуги (путешествия, экскурсии, походы, транспортные услуги, услуги проживания, питания, физкультурно-оздоровительные услуги);
- процессы туристского и экскурсионного обслуживания (организация и управление, технологические и обеспечивающие процессы и др.).

В настоящее время разработаны следующие нормативные документы по стандартизации в туризме:

- ГОСТ Р 50645-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц";
- ГОСТ Р 50644-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов";
- ГОСТ Р 50681-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг";
- ГОСТ Р 50890-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования";
- СНиП 2.08.02-89 "Строительные нормы и правила".

Качество предоставляемых в России туристских услуг по размещению регламентируется Постановлением Правительства от 15 июня 1994 года N 669 "Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации".

В рамках СНГ подписано соглашение о проведении согласованной политики в области стандартизации и принято "Положение о Межгосударственном Совете по стандартизации, метрологии и сертификации".

Для примера, в соответствии с ГОСТом Р 50645-94 каждой гостинице присваивается категория (от одной до пяти звезд). К каждой категории предъявляются особые требования. Так, в гостинице четыре звезды должны быть следующие дополнительные атрибуты жизнеобеспечения, комфорта и услуг.

Торговля и бытовое обслуживание:

- парикмахерская высшего разряда с женским и мужским залами, косметический кабинет, маникюр, педикюр;
- камера хранения, прием на хранение ценностей;
- поднос багажа;
- магазины или киоски по продаже сувениров; табачных, парфюмерных и других товаров.

#### Банковские и почтовые услуги:

- наличие Сбербанка;
- наличие пункта обмена валюты;
- наличие почтового отделения.

#### Культурно-спортивное обслуживание:

- кино-концертный зал для организации культурных мероприятий и конференций с залами для секционных заседаний, оборудованными для синхронного перевода;
- экспозиционный зал (салон) для организации выставок и т.п.
- зал аттракционов;
- дискотека с баром;
- кегельбан или бильярдная;
- сауна с баром и залом спортивных тренажеров;
- спортивные площадки;
- оборудованный пляж (при наличии водоема);
- теннисный корт;
- плавательный бассейн;
- библиотека с читальным залом;
- музыкальный радиоканал: во всех общественных помещениях, в номерах.

#### Прочие услуги:

- утренняя побудка (по требованию) или будильник в номер;
- ремонт и глажение одежды;
- ремонт и чистка одежды;
- срочная стирка и химчистка в течение 24 часов;
- вызов автомашины;
- прокат легковых автомашин;
- подача завтраков, обедов и ужинов в номера;
- организация продажи транспортных билетов;
- организация продажи билетов в театры, кино и т.д.;
- прокат предметов культурно-бытового назначения;
- продажа цветов в вестибюле гостиницы и залах ресторана;
- бронирования столов в торговых залах ресторана;
- солярий.

#### Для аттестации гостиницы следует заполнить анкету с указанием:

- названия гостиницы;
- адреса;
- факса, телефона, телекса;
- ведомственной подчиненности;
- вида здания (этажность, тип строительного материала, его архитектурное решение, тип проекта, наличие и вид рекламы, наличие служебного входа для обслуживающего персонала и др.);

- наличия автостоянки;
- территории и ее благоустройства;
- числа номеров и характеристики номерного фонда;
- наличия службы приема и обслуживания;
- дополнительных помещений и служб;
- характеристики системы питания;
- наличия физкультурно-оздоровительной и культурно-просветительной систем;
- наличия системы информационных, бытовых, торговых, медицинских, банковских, почтовых и прочих видов услуг;
- наличия бизнес-центра с соответствующим оборудованием;
- характеристики системы коммуникаций и инженерных сетей;
- дополнительных сведений, характеризующих гостиницу.

Данная форма подписывается руководителем и направляется в аттестационный комитет. После предварительного заключения данных материалов группа экспертов проверяет соответствие анкеты аттестации фактическому положению и делает соответствующее предложение по присвоению гостинице той или иной категории.

Данная категория может быть понижена (или повышена) в том же порядке.

Аналогичные требования по аттестации предъявляются для других средств размещения туристов.

Требования по качеству других туристско-экскурсионных услуг определяются вышеприведенными стандартами.

За рубежом лицензированием, сертификацией и стандартизацией в туризме занимаются органы государственного управления (комиссариаты по туризму, муниципалитеты) при участии различных международных организаций: Всемирной туристской организации, Всемирной Федерации туристских агентств, Международного Союза по туризму, Европейской Федерации автотуризма и др.

## **18. СТРАХОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА**

Страхование - как своеобразный вид бизнеса существовал еще в дореволюционной России, где операции по страхованию производили правительственные и земские учреждения, а также частные страховые компании.

В бывшем СССР страхование было полной монополией государства в лице Госстраха.

В настоящее время в России зарегистрировано более 3000 страховых компаний, из них около 50 крупнейших, на долю которых приходится около 43 % всех страховых поступлений.

Однако поступление страховых взносов в России по отношению к валовому национальному продукту составляет менее 0,7 %, что не только ниже аналогичных показателей многих зарубежных стран (8-10 %), но и значительно ниже, чем это было в Российской Федерации на рубеже 80-90 годов (около 3 %).

Это, в первую очередь, связано с такими основными факторами:

- низкими потенциальными возможностями национальных страховых компаний по размещению крупных страховых рисков;
- низким уровнем страховой культуры и грамотности в обществе;
- недостаточными льготами для страховщиков и страхователей в рамках существующего законодательства;
- небольшими размерами уставных капиталов и отсутствием достаточных страховых резервов;
- недостатком опыта страховой деятельности в условиях рынка, в том числе в оценке

страховых рисков;

- слабая интеграция российского страхового рынка в Европейский и мировой и др.

К настоящему времени в основном сформулирована нормативно-правовая база страхования в России. Принят Закон Российской Федерации "О страховании", в котором впервые на законодательном уровне сформулирована специфика страхования, как особой формы предпринимательской деятельности.

Здесь также отражены основные требования по:

- соблюдению всеми участниками страхования соответствующего законодательства, обеспечению защиты прав и интересов страхователей, страховщиков и государства;
- выполнению участниками страхования обязательств по договорам страхования;
- содействию появления на страховом рынке страховщиков, имеющих прочную финансовую репутацию, и пресечению деятельности недобросовестных страховых компаний;
- созданию условий для здоровой конкуренции на страховом рынке, эффективного развития страховых услуг, повышению культуры страхования.

Кроме данного основного Закона РФ "О страховании" принято также ряд других законов и законодательных актов:

- Закон РФ "Об основах проведения обязательного страхования на территории Российской Федерации";
- Закон РФ "Об обязательном страховании ответственности перевозчика";
- Закон РФ "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств за причинение ущерба имущественным интересам третьих лиц";
- Закон РФ "Об обязательном страховании военнослужащих и приравненных к ним лиц";
- Указ Президента Российской Федерации "Об основных направлениях государственной политики в сфере обязательного страхования";
- постановление Правительства РФ о внесении изменений в действующие нормативные акты в части отнесения затрат по добровольному страхованию имущества субъектов предпринимательской деятельности на себестоимость продукции, товаров и услуг;
- законодательный акт об увеличении минимального размера оплаченного уставного капитала предприятий и организаций, необходимого для получения ими лицензий на осуществление страховой деятельности;
- законодательный акт, разрешающий иностранным страховым компаниям, зарегистрированным в соответствии с национальным законодательством, учреждать на территории Российской Федерации страховые организации, действующие в соответствии с законодательством, без ограничения их доли в уставном капитале;
- законодательный акт об образовании фонда гарантий выполнения страховых обязательств;
- законодательный акт о внесении изменений и дополнений в Закон РФ "О медицинском страховании граждан в Российской Федерации" и др.

В рамках принятых законов и законодательных актов страховые компании России выполняют следующие основные виды страховой деятельности:

- страхование имущества;
- страхование транспортных средств;
- добровольное страхование от несчастных случаев;
- страхование жизни;
- страхование ответственности заемщиков за непогашение кредита;
- страхование финансовых рисков;
- обязательное медицинское страхование;
- операции перестрахования и др.

Туристские фирмы, как юридические лица, пользуются рядом вышеперечисленных услуг страховых компаний. Однако в туристском бизнесе существуют дополнительные виды добровольного и обязательного страхования.

В соответствии с Указом Президента РФ от 7 июля 1992 года N 750 "О государственном обязательном страховании пассажиров", дополнениями и изменениями к нему - предусмотрено обязательное личное страхование туристов и экскурсантов, в том числе туристов, перемещающихся на индивидуальном транспорте. Сумма страхового взноса включается в стоимость проездного документа или путевки и взимается с пассажира (туриста, экскурсанта) при продаже проездного документа или путевки.

Пассажиры (туристы, экскурсанты), пользующиеся правом бесплатного проезда в Российской Федерации, подлежат обязательному личному страхованию без оплаты ими страхового взноса.

Страховая сумма по обязательному личному страхованию пассажиров (туристов, экскурсантов) установлена в размере 120 установленных законом на дату приобретения проездного документа (путевки) минимальных размеров оплаты труда.

При получении травмы в результате несчастного случая на транспорте пассажиру (туристу, экскурсанту) выплачивается часть страховой суммы, соответствующая степени тяжести травмы.

В случае смерти застрахованного лица страховая сумма выплачивается полностью его наследникам.

Страховое возмещение по обязательному личному страхованию пассажиров (туристов, экскурсантов) выплачивается застрахованному лицу или его наследникам не позднее 10 дней после получения страховщиком составленного перевозчиком акта о несчастном случае. Один экземпляр акта вручается застрахованному лицу, его представителю или наследнику, второй - страховщику.

Тарифы по страхованию гражданской ответственности туристов, выезжающих за рубеж на собственном автотранспорте, зависят от страховой компании, типа полиса, вида транспортного средства, продолжительности выезда и других факторов (табл. 16).

Таблица 16

Страховая компания	Вид полиса	Транспортные средства	Тарифная ставка		
			До 15 дней	1 месяц	3 месяца
АСКО	Зеленая карта (SOVAG)	Легковые автомобили	DM 97	DM165	DM495
		Автобусы	DM 193	DM348	DM1044
Восточно-Европейское страховое агентство	Зеленая Карта (Eesti Aeromet)	Легковые автомобили	DM72	DM111	DM556
		Автобусы	DM190	DM292	DM 2250
Союзник	Зеленая карта (PZV)	Легковые автомобили с объемом двигателя:			
		до 900 см <sup>2</sup>	DM45	DM70	DM160
		от 901 до1250	DM60	DM100	DM220
		от1251 до1500	DM75	DM110	DM260
		свыше 1500	DM85	DM120	DM290
Автобусы	DM150	DM220	DM520		

В данном конкретном случае страховщик отвечает только за инциденты во время действия договора.

Часть страховой суммы, полученной страховщиком при осуществлении обязательного

личного страхования пассажиров (туристов, экскурсантов), в предусмотренном законодательном порядке направляется на создание резервов для финансирования мероприятий по предупреждению несчастных случаев на транспорте.

Следует более подробно остановиться на туристской медицинской страховке. Это единственный способ предотвратить значительные денежные затраты в случае болезни или несчастного случая во время поездки за рубеж. При отсутствии данной страховки за проведенное лечение, оказание амбулаторной или стоматологической помощи туристской компанией туристу лично будет предъявлен счет за услуги, в ряде случаев многократно превышающий стоимость данной туристской путевки. К тому же консульства большинства зарубежных стран не выдадут визу без специального страхового полиса.

В настоящее время существует две формы туристского страхового обслуживания: компенсационное и сервисное.

Первая форма предусматривает оплату всех медицинских расходов самим туристом с последующей их компенсацией при возвращении в Россию. Это крайне неудобно, ибо туристу следует иметь при себе значительную сумму "неприкосновенного запаса" на случай болезни или несчастия.

При сервисном туристском страховании, заключив договор или контракт со страховой компанией, достаточно позвонить в одну из указанных диспетчерских служб, сообщить номер своего полиса, фамилию - как потерпевшему будет оказана необходимая помощь.

Если турист покупает страховой полис самостоятельно, то лучше приобрести его у тех страховых компаний, которые выпускают их совместно (напрямую или через перестраховку) с крупными зарубежными партнерами, которых признают во всем мире. Иначе туриста могут сопровождать неприятности, начиная от границы и кончая врачом, который откажется принять гарантию от неизвестной ему российской страховой компании. При заключении договора на медицинское страхование следует настоять, чтобы в нем была предусмотрена госпитальная (стационарная), амбулаторная и стоматологическая помощь.

Наиболее известная зарубежная французская страховая компания "Europ assistance", контролирующая около 30 % мирового сервисного страхового рынка, имеет прямой договор с "Русским страховым центром". Полис, купленный здесь, признается во всем мире, и Вам будет оказана медицинская помощь в любой точке земного шара. Кроме предусмотренных видов услуг здесь дополнительно предусматривается транспортное обслуживание потерпевшего, врачебное наблюдение при его перевозке. Сумма страхового покрытия в этой компании от 25000 до 100 000 \$, при этом страховые взносы составляют соответственно от 0,8 до 2,8 \$ в день. Для детей в возрасте от 5 до 12 лет взносы снижаются до 50 %. Фирма "Europ assistance" осуществляет также проверки диагноза и постоянный контакт с лечащими врачами до полного выздоровления больного.

Еще одна французская страховая компания "Gessa assistance" (контролирует до 12 % мирового рынка сервисного страхования) имеет прямой договор с российской компанией "АСКО-МОСКВА", страховой полис которой является высоконадежным и приемлемым в цене. Здесь сумма страховки колеблется от 3000 до 30000 \$. Этой фирмой предоставляется кроме медицинских услуг также юридическая и административная поддержка, помощь в возврате багажа, помощь при утере документов, поломке автомобиля, болезни водителя и др.

Генеральным страховщиком Российской ассоциации туристских агентств (РАТА) является крупнейшая страховая компания "ДИНА", выступающая на рынке туристского сервисного страхования совместно с французской компанией "GESSA". Их диспетчерский пункт открыт в Москве. Страховой тариф "ДИНЫ" колеблется от 3000 до 25000 \$, в зависимости от зоны путешествия. Кроме основных страховых услуг данная компания организует и оплачивает в сумме 1000 \$ юридическую защиту туриста при нарушении Гражданского кодекса страны пребывания.

Семейный страховой туристский полис предлагает страховая компания "РЕСО-гарантия"

с лимитом ответственности в 5000, 15000 и 30000 \$, а также скидки для туристских групп свыше 10 человек. Данная фирма работает на страховом рынке совместно с французской страховой компанией "CORIS". Страховой взнос здесь от 0,55 до 0,86 \$ в день независимо от срока пребывания.

На российском страховом туристском рынке работает также российско-американская страховая компания "РОСГАЛ". Здесь, кроме традиционного набора медицинского страхования и страхования от несчастных случаев, предусмотрены новые услуги: страховая компания возмещает 90 % стоимости путевки, если тур срывается по объективным причинам: болезни туриста, болезнь или смерть близких родственников, отказ во въездной визе, опоздание к отправлению самолета или поезда, а также страхование расходов туриста при переносе вылета самолета по вине авиакомпании (возмещение расходов на гостиницу, переезд из аэропорта и обратно). В случае, если новые сроки вылета туриста не устраивают, страховая компания оплачивает его проезд до места жительства. Тариф в этой компании от 0,5 до 1,2 \$ в день при страховом обеспечении от 3000 до 30 000 \$.

На российском туристском рынке работает также российско-французская страховая компания "Восточно-Европейское страховое агентство", являющаяся официальным консультантом Правительства РФ по вопросам страхования. Здесь страховой взнос установлен в пределах 1,05-2,2 \$ в сутки при страховом покрытии от 5000 до 30 000 \$. Дополнительно к традиционным услугам, данная компания производит страховку багажа туриста.

Особой популярностью для предпринимателей, часто выезжающих за рубеж, индивидуальных и групповых туристов пользуется льготная карта IAPA (Международная Ассоциация пассажиров авиалиний), российско-английское представительство которой находится в Москве. Она не является платежным средством, однако обеспечивает довольно высокую до 500 000 \$ страховку и целый ряд льгот за рубежом:

- по оплате гостиницы (от 10 до 40 %) в 4000 лучших отелей по всему миру;
- по оплате автомобиля, взятого напрокат (до 30 %).

В ряде случаев предусмотрены другие льготы: по поиску утерянного багажа, по возобновлению за счет IAPA утерянных авиабилетов, по защите кредитных карт, предоставление залов VIP в аэропортах, льготы на услуги в бизнес-центрах и т.д.

Эта своего рода клубная карта, распространенная более чем в 100 странах мира, для 500 000 ее членов.

Получение карты связано с заполнением соответствующего договора, внесением вступительного регистрационного взноса в размере 200 \$ и ежегодных взносов от 99 до 249 \$, в зависимости от уровня страховки. Владелец карты ежемесячно получает дополнительную информацию по предоставляемым услугам: новые каталоги, изменения и дополнения по льготам в различных отелях мира и др.

Для группового и молодежного туризма можно рекомендовать карту ETN (Европейская сеть туризма), которая объединила 250 независимых туристских агентств мира. Став владельцем такой карты, можно получить следующие льготы:

- скидки в 2500 включенных в сеть отелях всех классов (от экономического до "люкс"), - 50 % ;
- скидки при пользовании междугородными телефонами в отелях;
- преимущества при бронировании мест в гостиницах;
- скидки на авиабилеты некоторых авиакомпаний (DELTA, SAS и др.);
- скидки в ресторанах и кафе, входящих в систему ETN (20-25 %);
- дополнительные скидки молодоженам и т.д.

Сеть ETN функционирует в 161 стране мира, а ее картами пользуется более 2,5 млн. человек. Стоимость карточки ETN в 1995 году составляла на один год 160 \$, а до 2000 года - 550 \$.

Кроме этого в Москве открылось представительство еще одной крупной дисконтной системы - Countdown.

С августа 1995 года появилась первая отечественная сеть "Национальная дисконтная система"(НДС). Кроме прочих льгот здесь предусмотрена страховка от несчастного случая на сумму 5 тыс. долларов.

Российской авиакомпанией "Трансаэро" и банком "Менатеп" внедрена кредитно-страховая карта, дающая ее владельцу льготы при пользовании услугами данной компании (а в ряде особых случаев право бесплатного полета).

## **19. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ**

### **19.1 Нормативно-правовая база договорных отношений.**

Гражданско-правовой договор - это одно из основных средств регулирования рыночной экономики.

Только через договор в условиях рынка становится возможным выявить действительную волю участников экономических отношений, определить общественные потребности в товарах и услугах и обеспечить их оптимальное удовлетворение.

В России отмечается еще крайне низкий уровень грамотности при заключении договоров и выполнении договорных обязательств.

Хотелось бы обратить особое внимание на содержательную сторону работы по заключению договоров. Практика арбитражных судов показывает, что договоры заключаются небрежно, не содержат необходимых условий, направленных на реализацию интересов сторон, не включают в себя меры по обеспечению исполнения договорных обязательств. В ходе исполнения подобных договоров постоянно возникают излишние осложнения, различное толкование сторонами одних и тех же условий и как результат - массовое неисполнение сторонами своих прав и обязанностей, что приводит к многочисленным ненужным конфликтам.

Договорные отношения субъектов предпринимательства являются частью обязательственных отношений. Они регулируются Гражданским и Арбитражно-процессуальным кодексом Российской Федерации, антимонопольным законодательством и другими нормативно-правовыми актами.

Статья 420 Гражданского кодекса РФ дает определение понятия "Договора" как соглашения двух или нескольких лиц. Подраздел 2 "Общие положения о договоре", разд.3 "Общие положения об обязательствах" устанавливает понятие и существенные условия договора, порядок его заключения, изменения и расторжения.

Здесь выделяется особая категория договоров - публичные договоры. Их появление связано прежде всего с существованием коммерческих организаций.

Закон запрещает таким организациям оказывать предпочтение одному лицу перед другими при заключении публичного договора, кроме случаев, предусмотренных законом или иными правовыми актами.

При этом существенные условия договора устанавливаются одинаково для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом или иным правовым актом допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей. В случае отказа коммерческой организации от заключения подобного договора потребитель может обратиться в суд с требованием о понуждении заключить договор.

Особое внимание уделяется порядку заключения договора, его изменению и расторжению. Закон выделяет такие основания, как существенное нарушение договора одной из сторон, существенное изменение обстоятельств, из которых стороны исходили при

заключении договора, если иное не предусмотрено договором или не вытекает из его существа, а также иные случаи, предусмотренные кодексом или законами.

Сторонами в договоре могут быть только лица, обладающие гражданской правоспособностью, а применительно к предпринимательским отношениям право на заключение договора от своего имени имеют предприятия и организации, а также физические лица, обладающие необходимым статусом. Для предприятий и организаций обязательным требованием является наделение их в установленном порядке статусом юридического лица (такой статус может быть предоставлен лишь субъекту, созданному в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных Гражданским кодексом). Что касается физических лиц, то для приобретения права на заключение предпринимательских договоров они должны пройти государственную регистрацию и получить статус предпринимателя.

Чрезвычайно важным в условиях перехода к рыночным отношениям представляется провозглашение принципа свободы договора. Этот принцип выражается в том, что граждане и юридические лица свободны в заключении договора, причем как предусмотренного, так и не предусмотренного законодательством.

Понуждение к заключению договора (заключение договора в принудительном порядке) допускается только в том случае, когда обязанность заключить договор предусмотрена законом или добровольно принятым обязательством.

Договор считается заключенным, когда между сторонами в надлежащей случаю форме достигнуто соглашение по всем существенным его условиям. Существенными же признаются условия о предмете договора, которые признаны существенными законодательством или необходимы для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Таким образом, стороны вправе устанавливать условия договора по своему усмотрению. Исключение составляют только те случаи, когда содержание соответствующего условия предписано законодательством. Важно не только правильно заключить договор, но и выполнить в срок все договорные обязательства. Для участников договора Гражданский кодекс предусматривает ряд правовых норм для обеспечения выполнения обязательств. К их числу относятся, в частности:

- неустойка (штраф, пени) - определенная законодательством или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности, в случае просрочки исполнения;
- задаток - денежная сумма, выдаваемая одной из договаривающихся сторон в счет причитающихся с нее по договору платежей другой стороне, в доказательство заключения договора и в обеспечение его исполнения;
- поручительство - предусмотренная договором обязанность поручителя перед кредитором другого лица отвечать за исполнение последним его обязательства полностью или в части;
- залог - в силу которого кредитор по обеспеченному залогом обязательству (залогодержатель) имеет право в случае неисполнения должником этого обязательства получить удовлетворение из стоимости заложенного имущества преимущественно перед другими кредиторами лица, которому принадлежит это имущество (залогодателя), за изъятием, установленным законом;
- ипотека предприятия - когда право залога распространяется на все его имущество, движимое и недвижимое, включая права и требования и исключительные права, в том числе приобретенные в период ипотеки, если иное не предусмотрено законом.

## **19.2 Порядок возмещения убытков по неисполненному договору.**

В случае неисполнения сторонами договора подлежат применению нормы об

ответственности за нарушение гражданско-правовых обязательств, предусмотренные Гражданским кодексом Российской Федерации.

Договор может быть нарушен одной из сторон, обеими сторонами, действием третьих лиц, а также в силу непреодолимых (форс-мажорных) обстоятельств, к числу которых относятся:

- стихийные бедствия (пожар, наводнение, землетрясение);
- военные действия;
- изменение нормативно-правовой базы;
- изменение политической ситуации и др.

После прекращения действия таких обязательств договор снова вступает в силу или прекращается по обоюдному согласию сторон.

Если же нарушения договора произошли по иным причинам, то стороны должны использовать все имеющиеся возможности для предотвращения этих нарушений. В случае невозможности прийти к мирному разрешению договорных споров его разрешает арбитражный суд.

Статья 2 Арбитражно-процессуального кодекса РФ предусматривает, что спор может быть передан на рассмотрение арбитражного суда лишь после принятия сторонами мер по его непосредственному урегулированию в установленном порядке, т.е. после предъявления претензии.

Предъявление претензии, таким образом, является обязательным условием для последующего предъявления иска.

В настоящее время действует утвержденное постановлением Верховного Совета РФ от 24 июня 1992 г. "Положение о претензионном порядке урегулирования споров", которое и определяет досудебный порядок урегулирования споров между предприятиями, организациями, гражданами-предпринимателями.

Претензия предъявляется в письменной форме и подписывается руководителем предприятия (его заместителем) или гражданином-предпринимателем. Следует обратить внимание на то, чтобы претензия была подписана тем лицом, фамилия которого значится в тексте претензии.

В соответствии с вышеуказанным Положением к содержанию претензии предъявляется ряд определенных обязательных требований.

Во-первых, в тексте претензии необходимо четко указать, что именно вы требуете от должника: возврат суммы долга (в какой валюте и какой сумме), уплату штрафных санкций, освобождение занимаемого помещения и т.д., а также указать, каким образом должник обязан выполнить ваши требования и на какой счет и в каком банке перечислить деньги.

Во-вторых, следует указать обстоятельства, на которых основываются данные требования, а также подтверждающие их доказательства со ссылками на законодательство. Другими словами, нужно кратко изложить суть дела, документально подтверждая свои доводы, указывая, на основании чего и какие именно обязательства должны были быть исполнены. Как правило, основным документом, определяющим взаимоотношения сторон, их права и обязанности по отношению друг к другу, является договор. И от того, насколько юридически грамотно и обдуманно он был составлен, будет зависеть результат рассмотрения иска в арбитражном суде. Мелочей в договоре не бывает, и самая безобидная и вроде бы ничего не значащая фраза в дальнейшем может обернуться крупными финансовыми неприятностями. Помимо ссылок на соответствующие пункты договора, свои требования необходимо подкрепить ссылками на нормы гражданского законодательства: Гражданский кодекс, законы, указы и другие нормативно-правовые акты.

В-третьих, следует указать сумму претензии и приложить ее расчет. Конечно, если заявляется требование об освобождении нежилого помещения, никакого расчета быть не

может. Но если претензия подлежит денежной оценке, необходимо указать не только общую сумму своих денежных требований, но и представить обоснованный расчет этой суммы. Например: туристская фирма заявляет требование о взыскании неустойки по договору за срыв транспортного обслуживания туристской группы. Расчет суммы претензии должен содержать сведения о сумме неустойки, подлежащей взысканию за определенный договором период (час, день, неделю), и об этой итоговой сумме неустойки, подлежащей взысканию. Расчет суммы претензии может быть сделан непосредственно в тексте претензии, а может выглядеть как отдельная таблица, прилагаемая к претензии.

В-четвертых, претензия должна содержать перечень прилагаемых к ней документов. Обычно у сторон есть все необходимые для рассмотрения претензии документы (договор, счета, платежные поручения, акты приема и т.п.), однако если какие-либо документы отсутствуют у вашего должника, нужно вместе с претензией направить надлежаще заверенные копии документов или выписки из них. Положением предусматривается возможность направления вместе с претензией подлинных документов.

Следует отметить, что законодательство предусматривает не только компенсацию потерпевшей стороне ущерба в полном объеме по договору, но и ее право предъявить дополнительный иск на:

- компенсацию инфляционных потерь;
- компенсацию морального ущерба;
- компенсацию упущенной выгоды и др.

Инфляционные потери компенсируются в соответствии с официальным индексом инфляции за исковой период. Как правило, упущенная выгода выплачивается в размере учетной ставки банковского процента на день исполнения денежного обязательства или на день вынесения судебного решения.

Направление претензии впоследствии следует документально подтвердить в арбитражном суде. Для этого претензию необходимо отправить заказным или ценным письмом, по телеграфу, телетайпу или другими средствами связи, позволяющими зафиксировать ее отправку. Претензию можно вручить и лично, под расписку. В этом случае необходимо, чтобы на копии претензии был поставлен штамп предприятия, сделана отметка о регистрации данной претензии и поставлена подпись должностного лица организации.

Дальнейший порядок взыскания ущерба определяется решением Арбитражного суда по данному иску.

### **19.3 Специфика заключения договоров (контрактов) с зарубежными партнерами.**

В период становления рыночных отношений в России все больше туристских предприятий и организаций самостоятельно выходят на международный рынок для установления взаимовыгодных отношений с иностранными партнерами. Однако наши предприниматели, в отличие от западных, зачастую пренебрегают принципами юридически грамотного заключения внешнеэкономических контрактов, с самого начала ставя под удар свои права и интересы.

В частности, стремясь неоправданно минимизировать расходы по заключению сделки и безоговорочно полагаясь на добросовестность западного партнера, они идут на подписания любых соглашений, провоцируя подчас ситуации, в которых убытки становятся неизбежными.

Основываясь на опыте ряда туристских фирм при заключении внешнеэкономических контрактов, можно предложить следующие рекомендации.

Прежде всего, необходимо иметь достоверную и полную информацию о своем потенциальном западном партнере: его имя и известность на мировом рынке, товарный и финансовый оборот, репутация в туристском бизнесе, имидж и т.д. Затраты на получение этой

информации сторией окупаются, предотвращая установление договорных отношений с недобросовестными фирмами.

При заключении контрактов необходимо учитывать нормативные акты, регулирующие внешнеэкономические сделки, чтобы в случае необходимости обоснованно отстаивать свои права, тем более, что мировая практика разработала общепринятые условия договорных отношений и следование им позволяет достигнуть взаимоприемлемых условий договора.

В рамках диверсификации своей деятельности, часто туристские фирмы кроме заключения контрактов на отправку-прием туристов, пытаются заключать торговые сделки. При этом необходимо руководствоваться:

- Конвенцией ООН о договорах международной купли-продажи товаров;
- Конвенцией об исковой давности в международной купле-продаже товаров;
- Международными правилами толкования торговых терминов "ИНКОТЕРМС" в редакции 1990 г.;
- Венской Конвенцией о торговле;
- принципами международных коммерческих контрактов (Рим, 1994 г.) и др.

Не останавливаясь подробно на разделах контракта, предусматривающих конкретные условия сделки, хотелось бы отметить его заключительные (или общие) положения, на которые наши предприниматели чаще всего не обращают внимания, пока не столкнутся с необходимостью разрешения возникшего спора.

Во-первых, в договоре необходимо указать место и время его заключения, количество экземпляров, а также то, что договор составлен на русском и иностранных языках и каждый экземпляр имеет одинаковую юридическую силу.

Во-вторых, желательно включение так называемой "арбитражной оговорки"- отсылки к материальному праву РФ при рассмотрении возможных споров в Международном коммерческом арбитражном суде при Торгово-промышленной палате РФ. Следует также предусмотреть язык переписки претензионно-исковой документации и судопроизводства, причем в обязательном порядке, устанавливая легитимность всех документов на русском языке во избежание двоякого толкования.

Во внешнеэкономических контрактах международной практикой установлено в параграфе "Цена" отражать следующие реквизиты:

- единица измерения, на которую устанавливается цена (например: туро-день);
- базис цены;
- валюта цены;
- способ фиксации цены;
- определение уровня цены;
- система скидок (дилерская, сезонная, экспортная, скидка на оборот, скидка на количество и др").

В параграфе "Платеж" указывается:

- валюта платежа;
- способ платежа (наличный, авансовый, кредитный);
- формы расчета;
- график платежа;
- условия и обстоятельства, направленные на уменьшение рисков.

В случае неудовлетворительного исполнения контракта составляется рекламация (документально оформленная претензия), в которой указывается:

- основание для рекламации;
- наименование товара (услуги);

- конкретные требования по урегулированию рекламации.

К тексту рекламации прилагаются:

- акты экспертизы (при необходимости);
- рекламационный акт;
- коносамент и спецификация.

Практически все внешнеэкономические контракты содержат параграф "Форс-мажор"-оговорка об обстоятельствах непреодолимой силы. К таким обстоятельствам относятся:

- стихийные бедствия (землетрясения, наводнения, пожары);
- военные блокады;
- валютные и иные ограничения правительства;
- закрытие морских портов, проливов, каналов;
- забастовки.

Данные обстоятельства позволяют переносить срок исполнения обязательств или вообще освобождают стороны от их выполнения.

Данные требования не являются чрезмерными и основаны на мировой практике; в частности, все вышеперечисленные положения предусмотрены и закреплены Конвенцией о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений (от 10 июня 1958 г.), Европейской конвенцией о внешнеторговом арбитраже, Законом РФ "О международном коммерческом арбитраже" и Положением о Международном коммерческом арбитражном суде при Торгово-промышленной палате РФ, а также Арбитражным регламентом ЮНСИТРАЛ в редакции Генеральной Ассамблеи ООН от 15 июня 1976 г. и Арбитражным регламентом Европейской Экономической Комиссии ООН.

Кроме того, надо отметить, что для признания сделки действительной, необходимо соблюдение и ряда особых требований, закрепленных, в частности, Постановлением Совета Министров СССР "О порядке подписания внешнеторговых сделок" N 122 от 14 февраля 1978 г., действующим на территории РФ на основании Постановления Верховного Совета РФ от 12 декабря 1991 г., которые наши предприниматели, выходящие на международный рынок, должны учитывать.

На основании изложенного выше рекомендуется туристским организациям и предприятиям, вступающим в договорные отношения с иностранными партнерами, более тщательно подходить к разработке и подписанию внешнеэкономических сделок, обязательно привлекать к данной работе юристов (в частности, ведением подобных дел занимается специализированная юридическая консультация Коллегии адвокатов "Московский юридический центр"). Такой обдуманый и взвешенный подход к любой сделке лишь повысит авторитет предпринимателя в глазах серьезного западного партнера, не говоря о том, что максимально уменьшит риск неисполнения или ненадлежащего исполнения заключаемых контрактов.

Пример разработки типового договора с учетом специфики внешнеэкономической деятельности приведен в приложении.

## **19.4 Взаимоотношения клиента с туристской фирмой.**

Первые контакты клиента с туристской фирмой, как правило, производятся через рекламу.

Российский комитет по физкультуре и туризму, проанализировав 250 газетных объявлений турфирм, провел выборочный опрос их клиентов и сотрудников. Выяснилось, что около 20 % рекламных объявлений не содержат названия туристской компании, а это противоречит статьям 7 и 8 Закона РФ "О защите прав потребителей"; более половины опрошенных турфирм и их персонала имеют весьма смутное представление как о самом Законе "О защите прав потребителей", так и о своих обязанностях, из него вытекающих, т.е.

предоставление каждому туристу достоверной информации о предстоящей поездке, конкретном наборе услуг и условий, гарантийных обязательствах, а также паспортных, визовых, таможенных, медико-санитарных, валютных, страховых и других туристских формальностях.

Такую контактную рекламу о фирме клиенту следует сохранить. Если дело дойдет до суда, то рекламный проспект турфирмы рассматривается как документ. Во многих странах законодательно закреплён перечень информации, который должен быть в нём представлен. К сожалению, в Законе РФ "О рекламе" такой перечень четко не регламентирован.

Изучив рекламу и выбрав в ней соответствующий тур, клиент посещает фирму. Здесь следует выяснить ее организационно-правовой статус, а также наличие лицензии на данный вид деятельности. Однако этот документ вовсе не сертификат качества, а лишь свидетельство того, что фирма зарегистрирована. Само лицензирование носит формальный характер.

Важным элементом имиджа фирмы является ее офис, квалификация работников, положительные отзывы средств массовой информации и клиентов, участие фирмы в международных и национальных Ассоциациях и Союзах, наличие проспектов, системы льгот и пр.

Как правило, не все туристские фирмы вступают с клиентом в прямые договорные отношения, предоставляя ту или иную услугу. Во избежание неприятных последствий рекомендуется заключить договор на предоставление туристских услуг с указанием всех требуемых условий и гарантий. Если же фирма отказывается это сделать, то у будущего туриста есть основания для выводов о ее ответственности перед клиентами.

В договоре должны быть оговорены:

- дата вылета и прилета с указанием номеров рейсов;
- маршрут;
- название гостиниц и их "классность";
- тип пансиона (имеется в виду питание);
- количество экскурсий и их маршрут;
- вид на море и др.

В договоре должны быть перечислены все непредвиденные, в том числе форс-мажорные обстоятельства.

Все, что написано в договоре на туристское обслуживание, должно быть выполнено. В противном случае, на основании Закона "О защите прав потребителей" клиент имеет право потребовать сатисфакцию через суд – об уменьшении стоимости поездки (статья 30) и возмещении морального вреда (статья 13). Для этого необходимо собрать все документы, подтверждающие несоответствие предложенных условий с обещанными. Достаточно иметь текст рекламного объявления и счета из гостиниц. Не будет лишним, если представить и свидетелей. Клиент также должен убедиться в наличии страховки данного тура, какая страховая компания ее осуществляла.

Контроль качества предоставленных услуг зарубежному туристу, а также взаиморасчеты принимающей и отправляющей фирм - регулируются ваучером. Типовые формы договора на туристское обслуживание и ваучера представлены в главе 7 настоящей работы.

Первая проблема, с которой сталкивается путешественник, это транспорт. Самая существенная потеря для туриста - значительное опоздание, скажем, самолета с прибытием в место назначения. К этим неприятностям может еще добавиться задержка с приходом автобуса в аэропорт. В результате продолжительность путешествия фактически может сократиться на сутки, а то и более.

Если по вине авиационной компании или железной дороги произошли задержка рейса или отправление поезда, требовать возмещения издержек следует с туристского агентства. Вся ответственность за происшедшее лежит именно на турагентстве, если, конечно, фирма не

оговорит заранее в договоре этот момент, исключив из него транспортные услуги.

Иными словами, если фирма берет на себя организацию переезда своего клиента, она берет на себя и определенные обязательства перед ним, и все последующие претензии по поводу задержки самолетов и поездов следует направлять в турагентство.

Если турагентство не включило в тур транспортные услуги и билеты приобретал сам турист, то такие претензии следует предъявлять авиационной компании, железной дороге или страховой компании при наличии в договоре страхования данной ответственности.

К примеру, в условиях бронирования "Зевс Трэвел"-действующей в России фирмы из Кипра - говорится: "Каждая авиакомпания руководствуется правилами пассажирских перевозок, некоторые из которых ограничивают ее ответственность или освобождают от нее в определенных случаях. Эти условия оговорены в международных соглашениях и могут быть представлены вам для изучения в офисе компании, если вы заранее уведомили нас об этом". Следует не пожалеть времени и ознакомиться с данным документом, чтобы заранее быть готовым к возможным неожиданностям. Рейсовые самолеты летают точнее, чем чартерные. В случае же с "Зевс Трэвел" следует понимать, что потери времени, нарушения условий перевозок не будут компенсироваться туристской фирмой, даже если билет входил в стоимость тура.

Особое внимание должно быть обращено на условия размещения и питания. Совершенно недостаточно, скажем, такого указания: двухместный номер в пятизвездочной гостинице с завтраком. Клиент вправе получить подробную информацию о всех условиях размещения в конкретном отеле. Например, фирма "Зевс Трэвел" предлагает на курорте Пафос (Кипр) три пятизвездочных отеля. Однако цены их существенно различаются. В период с 27 июня до 25 сентября они составили за 7 дней в двухместном номере с завтраком в гостинице "Coral Beach" - 640 долларов, в "Aria Beach" - 556 долларов, в "Venus Beach"-570 долларов, где условия обслуживания почти одинаковы. Подписав подобный контракт, турист обрекает себя на полный произвол фирмы.

Вот как выглядят форс-мажорные обстоятельства, выдвигаемые фирмой "Зевс Трэвел": "Компания не несет никакой ответственности за отмену, задержку или изменения вашего тура, происшедшие по причинам, находящимся вне сферы контроля компании, таким, как: угроза военных действий, переворотов, беспорядков по причинам экономического характера, забастовок, катастроф, террористических актов, технических поломок и механических повреждений самолетов, закрытий аэропортов, отмены автобусного сообщения, маршрутов такси".

Особого интереса заслуживает отношение различных фирм к возможности изменения цен после заключения контракта. Если компания "Алекс-Трэвел Уорлд" относит изменение цен к форс-мажорным обстоятельствам и открывает для себя право на отмену тура или на новые выборы с туриста, то в соответствии с международными нормами "Зевс Трэвел" гарантирует принцип неизменности цен после заключения контракта. По нашему мнению, в случае существенных изменений в контракте и особенно при отмене путешествия фирмы должны нести ответственность перед туристом в форме штрафных санкций. Так, в случае "Алекс-Трэвел Уорлд" необходимо поставить вопрос об отмене в их контракте свободного толкования форс-мажора и ввести следующие штрафные санкции: при изменении контракта за 44-30 дней клиенту возвращается сумма, равная 115 процентам цены тура, 29-16 дней -125, 15-7 дней -135, 6-2 дня -150, менее 48 часов- 200 процентов. В большинстве других фирм положение с ответственностью перед туристами обстоит не лучше, чем в "Алекс". Такие возможности фирм порождают злоупотребления, связанные с получением высоких процентов за счет авансирования их деятельности клиентами, Анализ других статей контракта между фирмой и клиентом также показывает полную беззащитность российского туриста перед распространенными нарушениями.

Восстановление справедливости для обманутых клиентов турагентств напрямую зависит

от того, как туристы подготовились к своей поездке, как оформили свои отношения с агентством, чьими услугами рискнули воспользоваться. И только в том случае, если все документы оформлены правильно, защита прав путешественника в них точно оговорена, есть надежда вернуть потраченные впустую деньги и возместить понесенный моральный ущерб.

Стоит сохранить билет рейсового автобуса, на котором турист добирался до гостиницы из аэропорта или железнодорожного вокзала, билеты на экскурсионные поездки, гостевую карту из гостиницы, квитанции о дополнительной плате за путевку и т.д.

Все эти документы принимаются во внимание при составлении акта претензий или иска о возмещении материального и морального ущерба.

## **19.5 Типовые договора, применяемые в различных сферах деятельности туристской фирмы.**

Рассмотрим основные договора, применяемые в различных сферах деятельности, с краткими рекомендациями по их составлению.

На этапе создания туристской фирмы потребуется квалифицированная помощь в разработке интеллектуального продукта в виде:

- проектов учредительных договоров;
- бизнес-плана и технико-экономического обоснования целесообразности создания фирмы;
- стратегии рекламной кампании;
- обоснования инвестиционных программ;
- разработки и внедрения прикладных программ для ЭВМ ;
- оказания юридической помощи;
- информационного и технологического обслуживания и ДР.

Разработка подобного типа интеллектуального продукта оформляется договором о разработке научно-технической продукции. В его состав входят следующие разделы:

- предмет договора;
- стоимость работ и порядок расчетов;
- порядок сдачи и приемки работ;
- ответственность сторон;
- прочие условия;
- срок действия договора и юридические адреса сторон;
- приложения.

В качестве приложения к данному договору, как правило, оформляется акт приемки-сдачи работ.

Следующей проблемой для туристской фирмы после ее создания является:

- аренда офиса;
- аренда транспортных средств;
- аренда ЭВМ и средств оргтехники и др.

Аренда офиса оформляется договором на аренду нежилых помещений. При этом такие арендные договора могут заключаться с собственником (прямой договор) или его доверенным лицом (субарендный договор).

Содержание такого договора аналогично предыдущему с учетом следующих дополнений:

- порядок оплаты коммунальных платежей (тепло, вода, канализация, электроэнергия, телефон, факс и др.);
- порядок содержания здания (техническое обслуживание, ремонт инженерных сетей, благоустройство и др);

- порядок содержания прилегающей территории.

В ряде случаев выдвигаются другие требования:

- порядок пересмотра арендной платы;
- порядок прекращения договора и др.

Если договор заключается на нежилые помещения, являющиеся памятниками культуры, в договоре имеется ряд дополнительных условий и ограничений:

- запрещение внутренней перепланировки и изменений фасадной части;
- поддержание помещения на должном уровне;
- проведение "косметического" и других видов ремонта и др.

Лучшим условием арендного договора для туристской фирмы является положение, когда собственник решает все вопросы содержания здания и инженерных коммуникаций, а арендатор вовремя оплачивает арендную плату, размер которой включает в себя и основные коммунальные платежи.

Одним из вариантов аренды нежилых помещений является аренда с выкупом, когда арендатор получает данное помещение в собственность после полного внесения оговоренных договором платежей.

Получение оборудования в аренду оформляется, в основном, договором финансового лизинга, где во взаимоотношения арендатора и арендодателя включается лизинговая компания (посредник).

Некоторую специфику имеют договора об аренде транспортных средств, где приложением к договору является акт технического осмотра ГАИ.

После оформления договора аренды в ряде случаев приходится оформлять договор об охране объекта подразделениями вневедомственной охраны при органах внутренних дел или с коммерческими охранными агентствами.

Особая группа договоров это кредитно-расчетные договора, к числу которых относятся:

- договор с банком на кредитное и кассовое обслуживание;
- кредитный договор;
- договор поручительства к кредитному договору;
- договор о залоге (залоговое обязательство);
- договор (поручение) на ведение реестра ценных бумаг (при организационно-правовой форме акционерного общества).

Формы данных договоров хорошо отработаны и имеются во всех кредитно-финансовых учреждениях. Группа кадровых договоров включает в себя:

- контракты о найме работников;
- контракты о штатном совместительстве;
- трудовые соглашения;
- договора о подготовке и повышении квалификации кадров.

Договора страхования включают в себя:

- договор о страховании имущества;
- договор о страховании работников от несчастных случаев;
- договор о медицинском страховании;
- прочие договора страхования.

Группа договоров о страховании предусматривает также оформление актов о страховом случае.

Повседневная работа туристской фирмы связана с оформлением следующих договоров:

- договор на предоставление услуг туристу;
- договор о совместной деятельности;

- агентский договор;
- договор комиссии;
- инвестиционный договор (контракт).

Некоторую специфику имеют договора для осуществления внешнеэкономической деятельности, к числу которых относятся:

- договор о партнерстве;
- договор о создании предприятия с иностранными инвестициями (совместное предприятие);
- договор-поручение на туристское обслуживание за рубежом;
- договор об открытии представительства фирмы и др.

## **19.6 Практические рекомендации по составлению договоров.**

### **19.6.1 Основные правила составления договора.**

1. При намерении заключить контракт следует четко знать, какие цели необходимо достичь при его реализации и уточнить наиболее важные моменты, связанные с его оформлением, подписанием и исполнением.

Необходимо предусмотреть главные вопросы предстоящего контракта, а затем, переходя от общего к частному, составить примерную поэтапную схему работы и продумать, что и как должно быть сделано на каждом этапе, какие для этого потребуются конкретные действия, предусмотреть степень риска.

2. Проект предстоящего договора желательно разработать самой заинтересованной организацией, а не получать проект от контрагента. При составлении формулировок условий договора лучше всего привлечь специалистов соответствующего профиля.

Если же составляется договор партнером, не исключено, что в нем должным образом не будут учтены интересы фирмы и придется подгонять их под "чужой" договор и, таким образом, инициатива может быть упущена.

Кроме того, при этом можно избежать всяких неожиданностей, которые могут исходить от партнера (контрагента), и по его замечаниям можно проследить, в чем именно состоят его интересы, и предотвратить включение в договор нежелательных условий.

3. Если предложение о заключении договора поступает от неизвестной организации, необходимо как можно больше получить о ней информации.

За рубежом предприниматели крайне настороженно относятся к предложениям новых партнеров. И это несмотря на то, что там существуют открытые торговые реестры и даже есть фирмы, которые специализируются на сборе и обработке сведений о компаниях и отдельных коммерсантах и по запросу могут дать подробности о фирме как таковой (уставный фонд, специализация, годовой оборот, квалификация персонала, обслуживающий банк и т. д.) и даже о биографиях совладельцев предприятия и его руководителей, оценку их деловой репутации, дать сведения о судебных процессах и конфликтах, в которых они участвовали, сообщить подробности о поставщиках, покупателях, клиентах и др.

Такой сервис у нас пока отсутствует, и поэтому самим необходимо провести подобную работу, заведя своеобразные "досье" на своих партнеров и контрагентов.

Необходимо убедиться, что организация, с которой собираются работать, действительно существует. Для этого следует ознакомиться с ее учредительными документами (уставом, учредительным договором) и свидетельством о регистрации. Рекомендуется обратить внимание на то, кто является ее учредителями, каков размер ее уставного фонда и сформирован ли он, где располагается офис (а не просто, так называемый юридический адрес), в каком банке организация обслуживается, ее финансовое положение и коммерческая репутация. Через партнеров, контрагентов, банкиров следует собрать о ней и ее руководителях как можно больше информации.

4. При подписании договора необходимо убедиться, что представитель контрагента имеет юридическое право и полномочия на подписание документа. Поэтому, вступая в переговоры с представителями коммерческой организации о заключении договора, необходимо проверить полномочия представителя.

Отсутствие соответствующих полномочий и подписание договора таким представителем может повлечь впоследствии невозможность получить оплату за предоставленные услуги или добиться возврата уже выплаченных сумм (предоплату) за услуги, либо они будут не в полном объеме или с существенными недостатками.

Как показывает практика, нередко недобросовестные контрагенты, не желая исполнять свои обязательства по договору и нести ответственность, объявляют о том, что лицо, подписавшее договор, соответствующих полномочий не имело (это один из самых распространенных способов мошенничества). Для того чтобы такого не случилось, необходимо удостовериться в личности представителя, для чего корректно попросить его представить соответствующие документы.

Если представителем контрагента выступает директор предприятия, который действует без доверенности, необходимо ознакомиться с приказом о его назначении, либо (это в основном касается государственных предприятий) ознакомиться с протоколом собрания учредителей предприятия (для коммерческих организаций). В отношении последних следует обратить внимание на следующее. В последнее время зачастую на некоторых предприятиях, особенно там, где директор работает по найму, учредители в той или иной степени ограничивают его полномочия и предоставляют ему их только с согласия правления, Совета директоров, собрания учредителей и т.д. Например, в уставе организации, в разделе "Компетенция директора" может быть указано, что директор вправе совершать сделки на сумму свыше 10 млн. руб. только с согласия Совета директоров предприятия. Поэтому следует ознакомиться с соответствующим разделом устава организации-контрагента и убедиться, что полномочия директора не ограничены.

В том случае, если представитель действует по доверенности, следует проверить, есть ли на доверенности подпись руководителя "организации и ее печать, какого числа она выдана (если дата не указана, то доверенность вообще недействительна), срок ее действия, объем полномочий по доверенности.

5. Приступая к работе по формулированию условий договора, нельзя допускать двусмысленности, нечеткости фраз. В договоре имеет значение каждое слово. Если не понятно, что означает тот или иной термин, какой смысл несет то или иное словосочетание, фраза и т.д., надо выяснить это с привлечением специалистов. Следует иметь в виду, что впоследствии в случае спора по условиям исполнения договора контрагент будет пытаться любую неточную формулировку в договоре интерпретировать в свою пользу. Более того, партнер может специально включить в договор неясные (но хорошо понятные ему самому) формулировки и положения, в которых интересы второй стороны заведомо ущемлены.

Весьма часто допускаются неточности при применении в договорах юридических торговых международных терминов, в частности, определяющих базисные условия поставки. Так, нередко применяется предназначенный для водных перевозок торговый термин "СИФ" при использовании сухопутных видов транспорта (железнодорожного, автомобильного) или при смешанных перевозках (несколькими видами транспорта). При отсутствии в договоре положений, разъясняющих, что стороны имели в виду, могут возникнуть трудности при разрешении споров, в частности, по вопросу о моменте, в который товар считается поставленным, и о моменте перехода риска с продавца на покупателя.

6. Определяя в договорах условия о расчетах и осуществляя платежи по обязательствам за поставку товаров, необходимо учитывать, что Указом Президента РФ от 20.12.94 г. N 2204 "Об обеспечении правопорядка при осуществлении платежей по обязательствам за поставку товаров (выполнение работ или оказание услуг)" установлено, что обязательным условием

договоров, предусматривающих поставку товаров (выполнение работ или оказание услуг), является определение срока исполнения обязательств по расчетам за поставленные по договору товары (выполненные работы, оказанные услуги).

Предельный срок исполнения обязательств по расчетам за поставленные по договору товары (выполненные работы, оказанные услуги) равен трем месяцам с момента фактического получения товаров (выполнения работ и услуг).

Следует иметь в виду, что суммы неистребованной кредитором задолженности по обязательствам, порожденным указанными сделками, подлежат списанию по истечении четырех месяцев со дня фактического получения предприятием-должником товаров (выполнения работ или оказания услуг) как безнадежная дебиторская задолженность на убытки предприятия-кредитора, за исключением случаев, когда в его действиях отсутствует умысел.

Вышеназванным Указом установлено, что Федеральное управление по делам о несостоятельности (банкротстве) при Государственном комитете Российской Федерации по управлению государственным имуществом по истечении предельного срока исполнения обязательств по расчетам за поставленные по договору товары (выполненные работы, оказанные услуги), если стороны не предприняли всех имеющихся возможностей для погашения задолженности, предъявляет требования о перечислении сторонами в доход бюджета всего полученного сторонами и причитающегося им по указанным сделкам.

Если в течение месяца со дня предъявления требования о перечислении в доход бюджета полученного и причитающегося по указанным сделкам стороны не осуществили полного исполнения обязательств, Федеральное управление по делам о несостоятельности (банкротстве) при Государственном комитете Российской Федерации по управлению государственным имуществом предъявляет в арбитражный суд иск о применении последствий ничтожности сделки согласно ст. 169 Гражданского кодекса Российской Федерации.

7. При формулировании условий об обстоятельствах, освобождающих от ответственности (так называемых "форс-мажорных оговорок"), необходимо учитывать последствия той или иной формулировки, что может привести к снижению или повышению имущественной ответственности стороны договора.

При включении в договор оговорки, предусматривающей конкретный перечень обстоятельств, наступление которых освобождает от ответственности при нарушении обязательства, арбитражные суды, как правило, принимают решения о взыскании со стороны убытков, явившихся следствием обстоятельств, находившихся вне контроля, если они не предусмотрены перечнем, содержащимся в договоре.

8. Когда проект договора будет готов, его необходимо еще раз просмотреть для того, чтобы уловить двойной смысл какой-либо фразы или увидеть какое-нибудь упущение и т.д.

Любой договор - правовой документ, и нельзя составлять его без участия компетентных специалистов. А юрист должен разъяснить правовые последствия тех или иных его условий, предложить новые варианты какого-либо пункта и т.д.

Поэтому до подписания договора необходимо, чтобы его просмотрел и завизировал юрист.

9. Многие предпринимательские структуры широко используют различные формы договоров, образцы которых предлагаются в настоящее время в различных сборниках и рекомендациях специалистов.

Наряду с очень краткими договорами, содержащими минимум условий (предмет договора, включающий наименование и количество товара, цена с указанием базиса поставки, требования к качеству, срок поставки, условия платежа), нередко заключаются многостраничные очень подробные договоры, предусматривающие значительное число дополнительных условий. Заключение кратких договоров требует от организации четкого представления о том, чем будут восполняться пробелы договора. Арбитражная практика

показывает, что об этом, к сожалению, часто забывают и это приводит к нанесению ущерба. В то же время анализ многостраничных подробных договоров не всегда приводит к положительным результатам.

Во-первых, нередко такие договоры составляются по трафарету, недостаточно учитывающему вид товара, являющегося предметом купли - продажи или другого вида сделки. Практически одинаковые условия предусматриваются как в отношении всех видов массы продовольственных и промышленных товаров, так и в отношении предоставления услуг.

Во-вторых, договоры примерно одинакового содержания составляются независимо от того, с каким партнером они заключаются.

В-третьих, стремление предусмотреть в договоре условия на все случаи, которые могут возникнуть при его исполнении, осложняет, с одной стороны, переговоры при заключении договора, а с другой - приводит к отягощению договора большим числом общих и порой не лучших положений. К тому же, как показывает практика, все предусмотреть в контракте невозможно. Надо учитывать, что универсальной формы, способной надежно обезопасить туристский бизнес, не существует. Договор - акт строго индивидуальный, и составлять его надлежит для каждого случая отдельно.

## **19.6.2 Структура договора.**

Любой договор условно можно разделить на четыре части:

1. Преамбулу (или вводную часть).
2. Предмет договора.
3. Дополнительные условия договора.
4. Прочие условия договора.

### **1. Преамбула (или вводная часть)**

1. Наименование договора (договор купли - продажи, поставки, комиссии, транспортных услуг, аренды, совместной деятельности и пр.).

Точное название договора дает понять, какие он определяет правоотношения. Однако необходимо помнить, что сущность договора вытекает не из названия, а из его содержания. Но, если название отсутствует, договор сначала следует прочитать, чтобы понять, о чем он, а уж затем разбираться с ним по существу.

2. Дата подписания договора. Она включает число, месяц и год подписания. Со всеми этими реквизитами связано правильное установление момента заключения договора и окончания срока его действия, а значит, и определенные юридические последствия.

3. Место подписания договора (город или населенный пункт). Указание на место совершения сделки - непростая формальность, оно имеет иногда большое юридическое значение. По законодательству того места, где совершается сделка, определяются: а) правоспособность и дееспособность лиц, заключивших сделку, б) форма сделки, в) обязательства, возникшие из сделки (правда, в последнем случае стороны в договоре могут предусмотреть иное положение - ст. 432 ГК РФ).

4. Полное фирменное наименование контрагента, под которым последний зарегистрирован в реестре государственной регистрации, а также сокращенное название сторон по договору ("Заказчик", "Покупатель", "Арендатор" и пр.).

5. Должности, фамилии, имена и отчества лиц, подписывающих договор, указания на их полномочия на подписание договора.

### **2. Предмет договора**

Данная часть договора содержит его существенные условия:

1. Предмет договора, т.е. о чем конкретно договариваются стороны.

2. Обязанности и права одной стороны по договору.
3. Обязанности и права второй стороны по договору.
4. Цена договора и порядок расчетов и др.
5. Срок выполнения сторонами своих обязательств.

Конкретное содержание этих условий зависит от вида договора и от конкретной ситуации его заключения.

### **3. Дополнительные условия договора**

Настоящий раздел включает в себя условия, которые не обязательно предусматривать в каждом договоре, но которые тем не менее существенно влияют на реализацию прав и обязанностей сторон.

1. Срок действия договора. Его необходимо указать, даже если названы сроки выполнения сторонами обязательств.

Это обусловлено тем, что надлежит знать, когда договор прекращает свое действие и когда можно будет предъявить соответствующие требования к контрагенту.

2. Ответственность сторон. Она обеспечивает исполнение обязанностей сторонами в случае нарушения условий договора одной из них. Обычно здесь определены различного рода санкции в виде пени, неустойки, штрафа, уплачиваемых контрагентом, не выполнившим своих обязательств в отношении одного из согласованных условий.

При составлении договора можно предложить следующую методику определения ответственности: против каждой обязанности стороны должна быть предусмотрена соответствующая ответственность, в основном в виде штрафной неустойки. Это означает, что убытки при ненадлежащем исполнении обязательств контрагента могут быть взысканы с него сверх неустойки. Следует помнить, что если такой вид ответственности отсутствует, неустойка является зачетной, и убытки с контрагента можно будет взыскать в части, не покрытой неустойкой (ст. 394 ГК РФ).

3. Способы обеспечения обязательств (гл. 23 ГК РФ). Российское гражданское законодательство предусматривает следующие основные способы обеспечения обязательств (ст. 329 ГК РФ): неустойка, залог, удержание имущества должника, поручительство, банковская гарантия, задаток. Кроме этого, могут быть предусмотрены и другие способы, регламентируемые законом или договором.

4. Основания изменения или расторжения договора в одностороннем порядке (гл. 29 ГК РФ).

Условия о конфиденциальности информации по договору.

Порядок разрешения споров между сторонами по договору.

Все споры между сторонами разрешаются в соответствии с законодательством Российской Федерации в арбитражном суде. Однако стороны могут установить и иное положение, в частности, предусмотреть разбирательство споров не в арбитражном, а в третейском суде, создаваемом либо самими сторонами, либо в соответствии с регламентом какого-либо постоянно действующего третейского суда.

7. Особенности перемены лиц по договору.

В этом пункте можно предусмотреть, что уступка права требования по договору может быть осуществлена только с согласия должника (ст. 388 ГК РФ).

### **4. Прочие условия договора**

Эти условия могут включать следующие вопросы:

1. Законодательство, регулирующее отношения сторон (особенно это важно для внешнеторговых контрактов).

2. Особенности согласований связи между сторонами. Здесь для каждой стороны указываются:

а) лица, полномочные давать информацию и решать вопросы, относящиеся к исполнению договора. Это может формулироваться двумя способами: с персональным указанием полномочного лица (лиц) или с указанием должностей;

б) сроки связи между сторонами. Например: "... каждый вторник с \_\_\_\_\_ ч.";

в) способы связи: телефон, факс, телекс, телеграф, телетайп с указанием их номеров и иных данных.

3. Судьба преддоговорной работы и ее результатов после подписания договора.

Данный пункт содержит положение, в соответствии с которым стороны устанавливают, что после подписания настоящего договора все предварительные переговоры по нему, переписка, предварительные соглашения и протоколы о намерениях теряют силу.

4. Реквизиты сторон:

а) почтовые реквизиты;

б) местонахождение (адрес) предприятия;

в) банковские реквизиты сторон (номер расчетного счета, учреждение банка, код банка, МФО или данные РКЦ);

г) отгрузочные реквизиты (для железнодорожных отправок, для контейнеров, для мелких отправок). Особое внимание уделяется наличию и правильности сведений, касающихся банковских реквизитов контрагента, так как без них трудно взыскать убытки.

Количество экземпляров договора.

Подписи сторон с приложением печатей каждой организации (предприятия).

### 19.6.3 Примерный образец структуры и условий договора любого вида.

## ДОГОВОР

\_\_\_\_\_ (название договора)

г. \_\_\_\_\_ "\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

(полное фирменное наименование предприятия, организации)

именуемое далее по тексту "\_\_\_\_\_", в лице \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_,  
(должность, Ф.И.О.)

действующего на основании \_\_\_\_\_ и

\_\_\_\_\_  
(полное фирменное наименование предприятия, организации),

именуемое далее по тексту "\_\_\_\_\_", в лице \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(должность, Ф.И.О.)

действующего на основании доверенности

№ от "\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 200\_\_ г., с другой стороны,  
заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет Договора.

2. Обязанности "\_\_\_\_\_" и срок, в течении которого эти обязанности должны быть исполнены).

3. Обязанности "\_\_\_\_\_" (и срок, в течении которого эти обязанности должны быть исполнены).

4. Права "\_\_\_\_\_".

5. Права "\_\_\_\_\_".

6. Цена Договора.

7. Порядок расчётов.

8. Срок действия настоящего Договора.

8.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента подписания его сторонами и действует до момента его окончательного исполнения, но в любом случае до “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 200\_\_ г.

8.2. Настоящий Договор может быть пролонгирован по соглашению сторон.

9. Гарантии по настоящему Договору (способы обеспечения Договора).

10. Ответственность сторон.

10.1. За нарушение условий настоящего Договора виновная сторона сверх неустойки возмещает причиненные этим убытки, в том числе упущенную выгоду.

10.2. “\_\_\_\_\_” по настоящему Договору несет следующую ответственность:

- за \_\_\_\_\_

(конкретное нарушение)

штрафная неустойка в размере \_\_\_\_\_% от суммы

\_\_\_\_\_

(Договора,

долга) - за \_\_\_\_\_

(конкретное нарушение)

штрафная неустойка в размере \_\_\_\_\_ руб.

-за \_\_\_\_\_

пеня в размере \_\_\_\_\_ руб. за каждый день просрочки (возможно установление иного срока).

10.3. ”\_\_\_\_\_” по настоящему Договору несет следующую ответственность:

- за \_\_\_\_\_

(конкретное нарушение)

штрафная неустойка в размере \_\_\_\_\_ % от суммы

\_\_\_\_\_

(Договора, долга) -за \_\_\_\_\_

(конкретное нарушение)

штрафная неустойка в размере \_\_\_\_\_ руб.

-за \_\_\_\_\_

(конкретное нарушение)

пеня в размере \_\_\_\_\_ руб. за каждый день просрочки (возможно установление иного срока).

10.4. За необоснованный отказ от исполнения обязательств, повлекший досрочное прекращение настоящего Договора, виновная сторона уплачивает штраф в размере \_\_\_\_\_ .

10.5. За нарушение иных условий настоящего Договора виновная сторона несет следующую ответственность:

\_\_\_\_\_

11. Досрочное расторжение настоящего Договора.

11.1. Настоящий Договор расторжению в одностороннем порядке не подлежит.

11.2. Настоящий Договор может быть расторгнут досрочно по соглашению сторон или одной из сторон в случае нарушения условий Договора другой стороной, а также по следующим основаниям:

а) \_\_\_\_\_,

б)

12. Конфиденциальность.

В течение срока действия настоящего Договора, а также в течение \_\_\_\_\_ лет после его прекращения стороны не должны предоставлять или разглашать иным способом конфиденциальную информацию, полученную в результате совместной деятельности, равно как и не должны недобросовестно использовать такую информацию для того, чтобы самим конкурировать друг с другом.

13. Порядок разрешения споров (арбитражная оговорка).

13.1. Все разногласия и споры, которые могут возникнуть между сторонами из настоящего Договора и в связи с ним, будут, по возможности, разрешаться последним путем дружеских переговоров.

13.2. В случае, когда возникшие споры мирным путем урегулированы не будут, все споры между сторонами разрешаются в соответствии с законодательством Российской Федерации в арбитражном суде (третейском суде - указать, каком именно, или порядок его формирования).

13.3. Стороны устанавливают, что все возможные претензии по настоящему Договору должны быть рассмотрены сторонами в течение \_\_\_\_\_ дней с момента получения претензии.

14. Изменение условий настоящего Договора.

14.1. Условия настоящего Договора имеют одинаковую обязательную силу для сторон и могут быть изменены по взаимному согласию с обязательным составлением письменного документа.

Письменный документ с изменениями и дополнениями составляется в двух экземплярах и является неотъемлемой частью настоящего Договора.

14.2. Стороны устанавливают, что все дополнения и изменения, внесены в настоящий договор в одностороннем порядке, не имеют юридической силы.

14.3. Ни одна из сторон не вправе передавать свои права по настоящему Договору третьей стороне без письменного согласия другой стороны.

15. Условия согласования связи между сторонами.

16. Прочие условия.

16.1. Настоящий Договор составлен в двух подлинных экземплярах, по одному для каждой из сторон.

16.2. В случаях, не предусмотренных настоящим Договором, стороны руководствуются действующим гражданским законодательством (или указывается конкретный нормативный документ, например, Положение о поставках товаров народного потребления).

16.3. После подписания настоящего Договора все предварительные переговоры по нему, переписка, предварительные соглашения и протоколы о намерениях по вопросам, являющимся предметом настоящего Договора, теряют силу.

16.4 Приложения к настоящему Договору составляют его неотъемлемую часть.

17. Адреса, банковские и отгрузочные реквизиты сторон на момент заключения настоящего Договора.

17.1. " \_\_\_\_\_ ":

Адрес \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_, телетайп \_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_

Расчетный счет N \_\_\_\_\_

в \_\_\_\_\_

(наименование банковского учреждения)

МФО \_\_\_\_\_, код \_\_\_\_\_.

Отгрузочные реквизиты: \_\_\_\_\_

17.2 " \_\_\_\_\_ ": Адрес \_\_\_\_\_

Телефон \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_, телетайп \_\_\_\_\_, факс \_\_\_\_\_

Расчетный счет N \_\_\_\_\_

в \_\_\_\_\_

(наименование банковского учреждения)

МФО \_\_\_\_\_, код \_\_\_\_\_.

Отгрузочные реквизиты: \_\_\_\_\_

Для физических лиц необходимо указать полностью Ф.И.О., сведения о паспорте (серия, N, кем и когда выдан), а так же местожительство.

17.3. Стороны обязуются немедленно письменно информировать друг друга в случае изменения сведений, указанных в п. 17 настоящего Договора.

" \_\_\_\_\_ "  
\_\_\_\_\_ ( )

М.П.

" \_\_\_\_\_ "  
\_\_\_\_\_ ( )

М.П.

Для обеспечения качественной договорной работы рекомендуется создать банк (базу) данных по шаблонам вышеперечисленных договоров или приобрести специализированные пакеты прикладных программ: "Дело и право", "Кодекс", "Консультант" и др.

Если в туристской фирме имеется компьютер с мультимедиа, то такие прикладные пакеты можно использовать на лазерных дисках CD-ROM. Их достоинство перед другими машинными носителями информации:

- огромная (до 2 гигабайт) емкость диска;
- малый размер и вес CD;

- не требуется периодическая их перезапись (создание архивных копий);
- неприхотливость диска к условиям хранения и влияния окружающей среды и др.

Емкость одного лазерного диска эквивалентна 1500-2000 дискетам стандартного формата.

В настоящее время рядом фирм разработаны качественные шаблоны (проекты) различных договоров, скомпилированные на CD-ROM: "Библиотека предпринимателя", "Ваш офис", "Библиотека пользователя ПК", "Пакеты прикладных программ для ПК", "Ваше право" и др.

Кроме того, хорошим подспорьем в работе договорного отдела туристской фирмы могут служить также сборники типовых договоров, применяемых в различных сферах хозяйственной и иной деятельности.

## **20. СПЕЦИФИКА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ, БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

### **20.1 Специфика налогообложения туристских предприятий.**

Как уже отмечалось ранее, недостаточная поддержка туризма на государственном уровне отразилась на их жестком налогообложении, наряду с другими предприятиями.

Принятый 27 декабря 1991 года Закон РФ "Об основах налоговой системы в Российской Федерации", а также последующие изменения и дополнения налогового законодательства определили структуру налогообложения и туристских предприятий.

Специалисты Ассоциации "Налоги России" подсчитали, что каждое предприятие в настоящее время является плательщиком 62 налогов, обязательных платежей и сборов. В ряде случаев для многих видов налогов расходы по их обслуживанию намного превышают сборы по ним. В среднем, на налоги уходит около 64 % дохода предприятия. В то же время мировая практика показывает, что уровень налогового изъятия в 45 % от дохода является той границей, за которой под угрозой оказывается даже простое воспроизводство.

До сих пор не утвержден Налоговый кодекс России, в проекте которого было предусмотрено значительное уменьшение числа налогов, снижение налогового пресса, упрощение взаимоотношений налогоплательщика с бюджетом, перенос центра тяжести с "условно-переменных" налогов (прибыль, НДС и т.д.) - "на условно-постоянные", т.е. имущество, земля, пользование природными ресурсами и др.

В настоящее время туристские предприятия являются потенциальными плательщиками следующих основных налогов:

- на прибыль от основной деятельности;
- на прибыль предприятий с иностранными инвестициями;
- на прибыль от посреднической деятельности;
- дополнительные платежи по налогу на прибыль (от прочих видов предпринимательской деятельности);
- на прибыль от видеосалонов, игорного бизнеса;
- на прибыль от киноконцертной деятельности;
- на имущество;
- налог на добавленную стоимость (НДС);
- налоги и платежи в дорожные фонды (налог на пользователей автодорог, налог с владельцев автотранспорта, налог на приобретение автотранспорта);
- налог на землю;
- налог на загрязнение окружающей среды;
- обязательные платежи (пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд

- медицинского страхования, фонд занятости);
- транспортный налог;
  - сбор на нужды образования;
  - налог на содержание жилищного фонда и социальной сферы;
  - налог на операции с ценными бумагами;
  - сбор на содержание милиции;
  - сбор на рекламу;
  - гостиничный сбор;
  - сборы за получение лицензий, сертификата, знака соответствия, регистрационные сборы и пошлины;
  - сбор на благоустройство;
  - сбор на строительство объектов в курортной зоне;
  - сбор за право торговли подакцизными товарами;
  - сбор за право проката фильмов и др.

Естественно, не каждое туристское предприятие оплачивает все вышеперечисленные налоги, сборы и платежи, но все они являются плательщиками самых "тяжелых" налогов: на прибыль, имущество, дорожные фонды и т.д.

В России 70-80 % туристских фирм, зарегистрированных в различных организационно-правовых формах, формально имеют статус малого предприятия, однако ни одно из них не имеет соответствующих льгот, которыми наделены малые предприятия, так как туризм пока не относится к приоритетным видам деятельности.

По сравнению с другими предприятиями, туристские фирмы имеют некоторые льготы по налогам, однако удельный вес их незначителен в общем объеме налоговых изъятий.

В соответствии со статьей 1 Закона РФ "О внесении изменений и дополнений в налоговую систему России" от 22 декабря 1992 года - "учреждения культуры, физической культуры и спорта, туризма, спортивно-оздоровительной направленности и спортивные сооружения..." - освобождены от уплаты налога на землю.

К сожалению, эта льгота касается только узкого числа туристских учреждений (туристско-экскурсионные бюро, туристские агентства, бюро по реализации туристских услуг и др.) и не распространяется на туристские предприятия (автотранспортные, ремонтно-строительные и т.д.).

Более существенная льгота была принята 22 мая 1992 года в Законе РФ "О внесении изменений и дополнений в закон РСФСР "О налоге на добавленную стоимость". Здесь в статье 5, в перечне товаров, работ и услуг, освобождаемых от НДС, включены туристско-экскурсионные путевки. Данная льгота (с некоторыми условиями) внесена и в Инструкцию ГНС РФ от 11 октября 1995 года N 39 "О порядке начисления и уплаты налога на добавленную стоимость" (пункт 12 "у") в расширенной трактовке.

И наконец, третья и последняя незначительная льгота на федеральном уровне - на рекламу (о чем уже упоминалось в главе 15). Эта льгота введена в порядке изменения и дополнения письма Минфина РФ от 6 октября 1992 г. N 94 "Нормы и нормативы на представительские расходы, расходы на рекламу и на подготовку и переподготовку кадров в части отнесения этих расходов на себестоимость продукции, (работ, услуг) и порядок их применения". В соответствии с этим с 1 января 1994 года "организации, осуществляющие свою деятельность в сфере предоставления туристских услуг, увеличивают исчисленную предельную сумму расходов на рекламу в три раза".

В ряде субъектов Федерации и некоторых регионах установлены незначительные льготы туристским предприятиям за счет снижения местных налогов. И наоборот, в ряде городов и регионов введены новые местные налоги, касающиеся только туристских предприятий. Так, в

соответствии с Законом города Москвы от 23 ноября 1994 г. N 20-91 для всех туристских предприятий, реализующих услуги проживания (гостиницы, мотели, кемпинги, гостевые дома), введен гостиничный сбор в размере 1 % от объема реализации гостиничных услуг.

В соответствии с Постановлением Правительства Москвы от 11 января 1994 года N 22 установлен также гостиничный сбор для физических лиц (иностранцев), пользующихся услугами проживания в гостиницах и других местах размещения в Москве, в размере 1 \$ за сутки.

В остальном, порядок взаимоотношения туристских предприятий с бюджетом и фондами в части уплаты налогов, обязательных платежей и сборов - аналогичен другим предприятиям.

Некоторые туристские фирмы для облегчения налогового бремени пользуются офшорными зонами за рубежом: Кипр, Мальта, Сингапур, Лихтенштейн, Ирландия и др., а также в зонах экономического благоприятствования России: Ингушетия, Калмыкия, Калининградская область и др.

Для удобства работы бухгалтера рекомендуется воспользоваться в рамках прикладной программы "Бухгалтерский учет" специальной программой "Календарь налогоплательщика", где имеется:

- перечень всех налогов, платежей и сборов, которые оплачивает фирма;
- получатель налога (федеральный бюджет, местный бюджет, фонды и др.);
- ставка налога (платежа, сбора);
- объект обложения налогом;
- сроки уплаты;
- корреспондирующие счета и др.

## **20.2 Особенности бухгалтерского учета и отчетности туристских предприятий.**

На основании Постановления Госкомстата России от 24 сентября 1992 года N 156 утверждена "Инструкция по учету платных услуг населению", где отражена особенность учета туристско-экскурсионных услуг.

В туристско-экскурсионные услуги включаются:

стоимость путевок на туристские маршруты и экскурсионное обслуживание, куда входят: услуги пассажирского транспорта; проживание и питание в туристских гостиничных комплексах, туристских центрах, гостиницах, турбазах, пансионатах, кемпингах; проживание в арендованных средствах размещения других ведомств и индивидуальном жилье граждан; экскурсионное, туристско-оздоровительное обслуживание; культурно-массовое обслуживание и т.п.

В туристско-экскурсионные услуги не включаются:

услуги, оказываемые туристам и экскурсантам сверх стоимости путевок и оплачиваемых ими дополнительно: прокат туристского инвентаря и снаряжения, фотографий, парикмахерских, бань, саун, учитываемых в составе бытовых услуг; дискотек, игровых автоматов, кинозалов, учитываемых в составе услуг культуры; сооружений, учитываемых в составе услуг физической культуры и спорта; массажных, стоматологических и других лечебных кабинетов, учитываемых в составе услуг здравоохранения; денежная выручка ресторанов, кафе, столовых, буфетов, полученная от дополнительного обслуживания туристов, а также другого населения, учитываемая в составе товарооборота общественного питания.

На основании писем Минфина РФ от 10.04.96. и 16.06.94 гг., N 16-00-30-19 и 16-30-65-соответственно, туристская путевка является документом строгой отчетности (типовые

формы прилагаются).

Порядок формирования туристской услуги предполагает заключение двух блоков договоров между:

- туристской фирмой и клиентом;
- туристской фирмой и другими предприятиями, у которых фирма покупает услуги, чтобы формировать тур.

Рассматривая взаимоотношения туристской фирмы и клиента, следует отметить два варианта с точки зрения учета и налогообложения:

- первый вариант: туристско-экскурсионное бюро само формирует тур и выпускает под него свою путевку;
- второй вариант: туристская фирма перепродает туристу путевку, приобретенную у другой фирмы.

Исходя из п.21.15. Инструкции Госналогслужбы РФ от 15 мая 1995 года N 30 "О порядке исчисления и уплаты налогов, поступающих в дорожные фонды", оплата данных налогов по первому варианту производится по обычной производственной схеме, т.е. предприятие, реализующее свои товары (услуги). Для туристского предприятия продукцией собственного производства является путевка (товарная форма туристской услуги), т.е. учет расходов производителя ведется на счете 20 - "Основное производство", а выручка от реализации путевки отражается по кредиту счета 46 и показывается в форме N 2 - "Отчет о финансовых результатах и их использовании" в первом разделе "Финансовые результаты" по коду строки 010 (выручка от реализации услуг).

Данная выручка является объектом обложения налогом на пользователей автомобильных дорог и облагается по ставке п.19 Инструкции для производственной деятельности.

По второму варианту можно применить аналог: перепродажа без переработки, т.е. в этом случае ведется бухгалтерский учет и налогообложение по схеме торговли, а перепродаваемая с наценкой путевка приходится на счет 41 - "Товары". Тогда в форме 2 в строке 010 следует показать валовой доход как сумму реализованных торговых наценок. Выручка от реализации учитывается по кредиту счета 46, и как полный товарооборот записывается по строке 101 - "Реализация товаров в продажных ценах" формы 2. Тогда объектом налогообложения на пользователей автодорог является торговый оборот, отражаемый по строке 101 формы 2, а налог исчисляется по ставке, предусмотренной п. 19 Инструкции для исчисления его от товарооборота.

Если туристская фирма, в отличие от двух предыдущих вариантов, оказывает услуги по реализации туристских путевок других фирм, то здесь может быть применена схема учета и налогообложения для посреднической деятельности. Здесь выручкой является комиссионное вознаграждение, которое отражается по кредиту счета 46 и записывается в строку 010 формы 2. Тогда налог на пользователей автодорог исчисляется с этой суммы согласно п.21.4. Инструкции и облагается по ставке в соответствии с п. 19 Инструкции для производственной деятельности.

Льгота на НДС в соответствии с п. 12 "у" Инструкции ГНС РФ от 11 ноября 1995 года "О порядке исчисления и уплаты налога на добавленную стоимость" предоставляется только при наличии туристско-экскурсионной путевки и не распространяется на дополнительные платные услуги, оформленные другими документами. Иными словами, льгота по НДС предоставляется только основному "производителю" услуг и не распространяется на ее "соисполнителей", т.е. предприятия, чьи отдельные (частичные) услуги вошли в путевку.

Не имеет льготы на НДС и туристское агентство (или агент) по реализации чужой путевки.

Если туристское предприятие имеет численность до 15 человек, включая работающих по договорам подряда и иным договорам (гражданско-правового характера), а его совокупный

размер валовой выручки в течение года не превысил стотысячекратного минимального размера оплаты труда, то оно на добровольной основе может перейти на упрощенную систему налогообложения в соответствии с Законом Российской Федерации от 29 декабря 1995 года N 222-ФЗ "Об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства".

При этом предусматривается замена уплаты совокупности федеральных, региональных, местных налогов и сборов - уплатой единого налога, исчисляемого по результатам хозяйственной деятельности за отчетный период.

Сохраняется для таких предприятий установленный порядок уплаты таможенных платежей, пошлин, налога на приобретение автотранспортных средств, лицензионных сборов, отчислений в государственные социальные внебюджетные фонды.

В таких организациях ведется упрощенная схема бухгалтерского учета (без двойной записи, плана счетов и т.п.), установленная Министерством финансов Российской Федерации.

Ставка единого налога установлена не более 30 % от совокупного дохода (включая федеральный и местный бюджеты) или 10 % от суммы валовой выручки (для некоторых групп организаций).

По остальным позициям бухгалтерский учет и отчетность туристских предприятий ведется по аналогии с обычными предприятиями, в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами и инструкциями.

Приложения:

Лицевая сторона  
Типовая форма ТУР-1 Утверждена Министерством  
финансов РФ 10 апреля 1996 г. N 16-00-30-19

Организация продавец: \_\_\_\_\_  
наименование, юридический адрес, тел./факс,

адрес офиса, код ОКПО, лицензия на международную туристскую

деятельность N

**ТУРИСТСКАЯ ПУТЕВКА N \_\_\_\_\_**

Тур \_\_\_\_\_  
наименование тура, код по ОКУН, по кодификатору, N сертификата

Покупатель:  
Юридическое лицо \_\_\_\_\_  
наименование, Ф.И.О. руководителя, юридические,

банковские реквизиты, тел/факс, адрес офиса

физическое лицо: \_\_\_\_\_  
Ф.И.О., данные ОП, ОЗП, адрес, тел. (служ., дом.)

Список туристов: \_\_\_\_\_  
Ф.И.О., данные, ОП, ОЗП, адрес, тел. (служ., дом.)

Наличие руководителя группы: \_\_\_\_\_

Продолжительность поездки: с "\_\_\_" \_\_\_\_\_ по "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 199\_\_ г

Маршрут поездки и страны (пункты) пребывания:  
начало маршрута (город РФ, а/п, ж/д, авт., речи., мор. вокзал отъезда)

пункты пребывания \_\_\_\_\_

окончание маршрута (город РФ, а/п, ж/д, авт., речи., мор. вокз. прибытия)

Пакет услуг: катег. проезд, билета \_\_\_\_\_ гостиница \_\_\_\_\_ номер \_\_\_\_\_

питание \_\_\_\_\_ виза \_\_\_\_\_ страховка \_\_\_\_\_ трансфер \_\_\_\_\_

Экскурсионная программа: \_\_\_\_\_  
кол-во экскурсий, способ передвижения

Дополнительные оплаченные услуги: \_\_\_\_\_

наименование

Стоимость путевки: \_\_\_\_\_ руб.

сумма прописью

Дата продажи: "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 199\_\_ г

Продавец \_\_\_\_\_ Покупатель \_\_\_\_\_

М.П.

М.П. (для организации)

(наименование организации)

**ОТРЫВНОЙ ТАЛОН  
к туристской путёвке N \_\_\_\_\_**

Тур \_\_\_\_\_

наименование тура

Покупатель:

наименование, Ф.И.О. руководителя

для юридических лиц: Ф.И.О., данные ОП,

адрес, телефон – для физических лиц

Продолжительность поездки:

С "\_\_\_" \_\_\_\_\_ по "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 199\_\_ г.

Список туристов: \_\_\_\_\_

Ф.И.О.

Оплаченные услуги: \_\_\_\_\_

полный перечень услуг

Стоимость путёвки \_\_\_\_\_

сумма прописью

\_\_\_\_\_ рублей

Продавец: \_\_\_\_\_

М.П.

С условиями предоставления туристских услуг ознакомлен и согласен

Покупатель: \_\_\_\_\_

Дата продажи: "\_\_\_" \_\_\_\_\_ 199\_\_ г.

Оборотная сторона

Настоящая туристская путевка составлена в соответствии с условиями Договора о туристском обслуживании N\_\_\_\_\_, заключенного между сторонами "\_\_\_\_\_" \_\_\_\_\_ 199\_\_ г., и является его неотъемлемой частью.

В случае, если опубликованные условия предоставления туристских услуг организации-продавца носят характер публичной оферты (предложения заключить Договор), настоящая туристская путевка является акцептом (принятием предложения) указанной оферты.

В качестве неотъемлемых частей к настоящей туристской путевке прилагаются:

- полный список туристов (для 5 и более человек) с указанием для каждого данных графы "Список туристов";
- программа обслуживания на маршруте;
- ваучеры на обслуживание в соответствии с программой обслуживания;
- информация о факторах риска и рекомендуемых правилах поведения при совершении поездки (информационный листок).

При заполнении туристской путевки используются следующие сокращения и условные обозначения:

ОП - общегражданский паспорт;

ОЗП - общегражданский заграничный паспорт;

П - полный пансион (завтрак, обед, ужин);

ПП - полупансион (2-х разовое питание); З - завтрак;

SGL - размещение в одноместном номере; DBL - размещение в двухместном номере;

TRF - размещение в трехместном номере.

При заполнении графы "категория проездного билета" следует использовать сокращения, которые используются предприятиями, предоставляющими транспортные услуги.

При заполнении графы "гостиница" указывается категория средств размещения туристов в соответствии с данными системы классификации страны (места) пребывания.

При заполнении граф "Наличие руководителя группы", "виза", "страховка", "трансфер" используются символы "Да" - при наличии услуги, "Нет" - при отсутствии услуги.

Ваучеры на обслуживание в пунктах пребывания на маршруте в количестве \_\_\_\_\_ штук на руки получил, с условиями предоставления туристских услуг, включая информацию о стране (месте пребывания) и особенностях поведения в ней, ознакомлен до оплаты настоящей путевки и согласен:

Покупатель \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /  
Ф.И.О.

М.П. (для организаций)

#### Оборотная сторона отрывного талона

К отрывному талону прилагается экземпляр полного списка туристов (для 5 и более человек), выезжающих по настоящей путевке.

В графе "Оплаченные услуги" указывается полный перечень фактически оплаченных покупателем услуг, включая дополнительные.

При наличии у продавца соответствующей лицензии Центрального банка РФ в графе "Стоимость путевки" указывается стоимость в иностранной валюте и рублевый эквивалент.

Данный отрывной талон со штампом "Оплачено" подтверждает факт оплаты покупателем настоящей туристской путевки за наличный расчет.

При оплате настоящей туристской путевки за безналичный расчет в графе "Стоимость путёвки" указывается номер и дата платёжного поручения.

Утверждено  
Письмом Министерства финансов  
Российской Федерации  
от 16.06.94 N16-30-65

Образец

<p>(туристско-экскурсионное предприятие)</p> <p><b>ТУРИСТСКАЯ ПУТЕВКА</b></p> <p><b>МАРШРУТ N</b></p>			<p><b>ОБРАТНЫЙ ТАЛОН</b></p> <p><b>К ПУТЁВКЕ</b></p> <p>(заполняется и выдаётся на руки туристу или руководителю группы для возврата организации, выдавшей путёвку)</p>		
<p>(наименование маршрута)</p>			<p>по маршруту N _____</p>		
<p>Срок действия с _____</p> <p>по _____ 19__ г.</p> <p>Цена путёвки _____ руб.</p>			<p>Ф.И.О. (турист (ы) или руководитель группы) Срок обслуживания</p> <p>с ____ по _____ 19__ г.</p> <p>Подпись ответственного лица турпредприятия</p> <p>_____ М.П.</p>		
<p>Талон N 1 к путевке</p> <p>по маршруту N количество туристов</p>	<p>Талон N 2 к путевке</p> <p>по маршруту N количество туристов</p>	<p>Талон N 3 к путевке</p> <p>по маршруту N количество туристов</p>			

ТУРИСТСКАЯ  
ПУТЕВКА

N \_\_\_\_\_

Маршрут N \_\_\_\_\_

Количество туристов, обслуживаемых  
по путевке

Турист(ы)

Место жительства

Ответственность

\_\_\_\_\_,  
(фамилия, имя, отчество),  
получившие путёвку по доверенности  
N \_\_\_\_\_

Срок действия путёвки

с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 19\_\_ г.

Цена путёвки

\_\_\_\_\_ рублей

\_\_\_\_\_  
(подпись лица, выдавшего  
путёвки, и дата выдачи)

ЭМБЛЕМА

Туристско-экскурсионная организация \_\_\_\_\_  
(организатор маршрута)

ТУРИСТСКАЯ ПУТЕВКА N

Маршрут N

\_\_\_\_\_  
(наименование маршрута)

Количество туристов, обслуживаемых по путевке \_\_\_\_\_ чел.

Турист(ы) \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество)

или

Руководитель группы \_\_\_\_\_

Срок действия путевки с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 19\_\_ г.

Цена путевки \_\_\_\_\_ рублей

Туристско-экскурсионная организация \_\_\_\_\_

(выпустившая путевку)

М.П.

Путевка выдана \_\_\_\_\_

(наименование организации, выдавшей путевку, и дата выдачи)

М.П.

Подпись ответственного лица \_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

ОБРАТНЫЙ ТАЛОН  
К ПУТЕВКЕ

№ \_\_\_\_\_

(заполняется и выдается на руки  
туристу или руководителю группы  
для возврата организации,  
выдавшей путевку)

по туристскому маршруту

№ \_\_\_\_\_

Турист(ы) \_\_\_\_\_  
(руководитель группы)

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

Срок обслуживания

с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 19\_\_ г.

Подпись ответственного лица  
туристского предприятия

## 21. ТУРИСТСКИЕ ФОРМАЛЬНОСТИ

Туристские формальности - это обязательные с точки зрения законности и установленного порядка действия, связанные с оформлением и совершением туристского путешествия, а также процедуры, связанные с пересечением границы.

Формальности в сфере туризма можно условно классифицировать на несколько групп:

- паспорта и визы;
- таможенные формальности;
- валютный контроль и порядок обмена валюты;
- санитарный контроль;
- социальная и экологическая защита туристов;
- режим выезда и въезда и др.

### 21.1 Паспортные формальности.

Для участия в зарубежной поездке в соответствии с действующим законодательством граждане Российской Федерации должны иметь общегражданский заграничный паспорт. Он оформляется в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1994 года № 960 "О порядке оформления общегражданских паспортов". Настоящий паспорт дает право на свободный выезд за пределы Российской Федерации в соответствии с конституционными гарантиями на право свободного перемещения граждан.

Для получения паспорта в паспортно-визовую службу по месту жительства (ОВИР) необходимо сдать следующие документы:

- две анкеты (заявления) установленной формы;
- четыре фотографии установленного размера (4x5 на матовой бумаге в полуовале);
- квитанцию об оплате госпошлины (две минимальные заработные платы на день сдачи документов);

- квитанцию об оплате требуемой суммы за бланк паспорта.

Заявление - анкету следует заполнить на пишущей машинке без помарок и исправлений. Если в паспорт вписываются дети до семи лет, то следует дополнительно представить копии их свидетельств о рождении.

Если детям более семи лет, то на них клеиваются фотографии в соответствующих графах.

При выезде за рубеж по приглашению физического или юридического лица или по ходатайству, следует дополнительно заполнить:

- учетную карточку на лицо, ходатайствующее о выезде;
- извещение о лице, ходатайствующем о выезде за границу.

При получении заграничного паспорта следует предъявить свой внутренний паспорт.

Срок получения паспорта с момента подачи указанных документов - 1 месяц.

Если паспорт туристу оформляет юридическое лицо, в этом случае установлен несколько иной порядок оформления.

Для этого прикладывается список лиц, на которых оформляются паспорта с указанием ответственного лица за оформление, уставные документы организации, трудовые книжки и внутренние паспорта этих сотрудников.

При оформлении договора на предоставления туристских услуг, туристская фирма вносит в него пункт ответственности туриста за наличие и соответствие его заграничного паспорта действующим нормативным актам.

Паспорт туриста должен быть действителен на дату его возвращения в страну из зарубежной поездки.

Паспорт не должен иметь технических дефектов: отклеенной фотографии, смазанной печати, порванных страниц и др.

За непрохождение туристом паспортного контроля при наличии в нем вышеуказанных изъянов туристская фирма ответственности не несет.

В соответствии с решениями Римской (1963 года) конференции по международным путешествиям и туризму были внесены для реализации следующие предложения:

- децентрализация паспортных служб;
- сокращение сроков оформления паспортов;
- ввести срок паспорта не менее 5 лет на неограниченное число поездок за границу;
- о невозможности задержания и конфискации паспорта;
- приведение паспортов всех государств в соответствие со стандартом ИКАО (Международной организации гражданской авиации) для обеспечения возможности их компьютерной проверки.

## **21.2 Визовые формальности.**

Туристская виза - это отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств, дающая право его владельцу на временный въезд на территорию государства, выдавшего визу с целью туризма и отдыха.

Выдача туристской визы производится по ходатайству туристской фирмы принимающей стороны, обеспечивающей прием по согласованному маршруту в подтвержденные сроки.

Виза может также выдаваться для посещения родственников или знакомых по их приглашению (вызову), а также для деловых поездок.

Оформление визы производится на срок от нескольких дней до нескольких месяцев. В ряде случаев на визе указывается и пункт пересечения границы.

Консульский сбор за оформление визы в различных государствах различный и его размер постоянно изменяется.

В ряде случаев размер консульского сбора может составлять до 20-30 % стоимости заграничной поездки, что не соответствует рекомендациям Всемирной туристской организации.

Срок выдачи визы с момента обращения также различный - от 4 до 40 дней и зависит от межгосударственных соглашений и сложившейся практики.

Для получения визы необходимо заполнить одну или несколько анкет и приложить к ним фотографии.

Бланки визовых анкет в различных странах различные. Их форма и содержание зависят также от цели поездки и ее продолжительности.

В анкетах ряда стран имеется предупреждение, что при въезде может быть потребовано медицинское освидетельствование.

Анкеты заполняются на русском языке чернилами черного цвета или печатаются на машинке. В ряде стран (Австрия, Аргентина, Австралия) детей вписывают не только в паспорт, но и в визу.

Для туристских групп и деловых поездок в ряде случаев оформляется групповая виза, которая ставится на списке туристов или деловых людей.

Некоторые страны российские туристы могут посещать без въездных виз: Эквадор, Колумбия, Шри-Ланка.

Безвизовый режим предусмотрен при въезде в государства СНГ.

В некоторые страны разрешен безвизовый въезд при наличии приглашения: Болгария, Венгрия, Куба, Монголия, Македония, Польша, Словения, Хорватия, Чехия, Югославия.

В ряде стран въездные визы можно получить в пунктах прибытия: Мальта, Египет, Ливан, Непал, Намибия, ОАЭ, Сирия, Турция, Кипр и др.

Фирма-организатор обязана предупредить туриста, что она не несет ответственности за возможный отказ от предоставления визы или в ее продлении. В этом случае понесенный туристом ущерб может быть компенсирован только страховой фирмой, если иное не записано в договоре страхования.

Если турист предполагает воспользоваться поездкой по нескольким европейским странам, то, согласно Шенгенскому соглашению, он, получив визу в одной из стран - субъектов данного соглашения - свободно передвигается по территории остальных (Испания, Франция, Германия, Португалия, Австрия, Бельгия, Нидерланды, Люксембург).

Существуют два типа "шенгенских" виз:

- единая европейская виза, дающая право беспрепятственного передвижения по территории данных стран (до трех месяцев);
- въездная виза на срок свыше трех месяцев (остаётся национальной).

Единая европейская виза выдается в срок от 15 до 40 дней со дня поступления документов и стоит 10 экю» Такая виза имеет голографические элементы и несколько степеней защиты.

Туристы из 126 стран (включая Россию) могут воспользоваться такой визой. Льготный безвизовый порядок въезда в страны Шенгенского соглашения предоставлен: Венгрии, Польше, Словакии, Чехии, Латвии, Литве, Эстонии.

### **21.3 Таможенные формальности.**

Таможенный контроль производится таможенными службами. Государственный таможенный комитет (ГТК) РФ Приказом от 15 августа 1994 года N 408 утвердил "Общие правила перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу РФ"(прилагаются).\*

В соответствии с этим документом все товары, не предназначенные для производственной и коммерческой деятельности, перемещаются через границу без всяких проблем.

Предназначение таких товаров определяется с учетом следующих факторов:

- характера товара;
- количество товара;
- частоты перемещения товара;
- обстоятельства поездки.

Товары, стоимостью до 2000 \$ США, в количестве, не превышающем норм, при следовании лица через таможенную границу Российской Федерации в сопровождаемом и несопровожаемом багаже, не предназначенные для производственной или коммерческой деятельности - полностью освобождаются от уплаты таможенных платежей.

Если такие товары не удовлетворяют вышеперечисленным требованиям, то туристу придется уплатить таможенные платежи и сборы в размерах, определяемых их таможенной стоимостью и кодом товара по ТН ВЭД, в соответствии с Приказом ГТК от 15.08.94 года N 408 (прилагается).

Таможенная стоимость товара определяется по подтверждающим документам (чеки, счета, накладные и пр.). При этом таможенную стоимость своего товара должен подтвердить сам турист.

При определении таможенной стоимости товаров также учитывается:

- качество товара;
- страна его происхождения;
- время изготовления; другие факторы.

---

\* С 1-го августа 1996 г. предполагается введение некоторых изменений в таможенные формальности в части перемещения товаров физическими лицами через границу Российской Федерации.

Данным Приказом введены также количественные ограничения на вывоз товаров, освобожденных от уплаты таможенных платежей.

При этом предельная стоимость вывозимых товаров, не облагаемых пошлиной, равна 50-кратному размеру минимальной месячной заработной платы.

Перевозка транспортных средств через границу регулируется приказом ГТК РФ от 15 августа 1994 года N 416 "Общие правила перемещения через таможенную границу РФ транспортных средств физическими лицами". К числу таких транспортных средств относятся:

- легковые автомобили;
- прочие моторные транспортные средства, предназначенные для перевозки до 10 человек, включая водителя;
- грузопассажирские автомобили-фургоны;
- гоночные автомобили.

При перевозке автомобилей для личных целей следует:

- уплатить таможенный сбор;
- записать автомобиль в таможенную декларацию;
- выполнить другие таможенные формальности.

Если этот автомобиль предназначен для производственной или коммерческой деятельности, то следует уплатить:

- импортную таможенную пошлину;
- налог на добавленную стоимость (НДС);
- акциз;
- таможенный сбор;
- другие платежи и сборы.

Допускается оплата таможенных платежей по единой ставке - 5 экю за 1 куб. см. объема

двигателя.

Иные правила ввоза автомобилей из бывших республик СССР. Здесь допускается ввоз одного транспортного средства в год, страной происхождения которого являются эти республики или Россия, без уплаты таможенной пошлины, если оно не предназначено для производственной или коммерческой деятельности и в дальнейшем не будет отчуждено или передано во владение другому лицу, за исключением членов семьи, в течение двух лет с момента ввоза.

Определенные ограничения предусматриваются на ввоз-вывоз памятных монет из драгоценных и не драгоценных металлов, предметов искусства, культуры, антиквариата и пр.

Таможенные формальности предусматривают для туриста заполнение таможенной декларации установленной формы. Здесь следует точно и без исправлений ответить на поставленные вопросы, а также поставить свою подпись и дату.

## **21.4 Валютный контроль и обмен валюты.**

Валютный контроль осуществляется в соответствии с Законом РФ "О валютном регулировании и валютном контроле", на основании которого российские туристы имеют право вывозить иностранную валюту за границу, декларируя ее в таможенной декларации.

При этом суммы до 500 долларов США (или эквивалент) вывозятся без предъявления таможенному контролю справки установленной формы (форма N 0406007), более 500 долларов США - предъявляется справка данной формы на сумму разницы между фактически вывозимой суммой и установленным лимитом.

Справки введены в действие с 3 апреля 1995 года и выдаются банками или их уполномоченными обменными пунктами, где произведен обмен рублей на валюту.

По этой справке кроме валюты можно вывести дорожные чеки, именные чеки и денежные аккредитивы. Справка действительна в течении двух лет с момента ее выдачи.

Данная справка заполняется по документу, удостоверяющему личность и не подлежит передаче другим лицам.

В соответствии с Российским законодательством (ст.6 и 8) Закона РФ "О валютном регулировании и валютном контроле" ввоз иностранной валюты производится без ограничений при соблюдении таможенных правил.

Ввоз и вывоз российских рублей также ограничен с 1 октября 1995 года 500 минимальными окладами (письмо ЦБ РФ от 14.08.95г. N 29-5/1054). Эта сумма также вносится в таможенную декларацию.

Ввоз и вывоз суммы, превышающей указанный лимит, не разрешается и подлежит конфискации, если ее излишки не сданы на хранение.

Во многих зарубежных странах для туристов не введено никаких ограничений по ввозу-вывозу национальной валюты и других платежных средств через свои границы (Австрия, Бельгия, Великобритания, Дания, Германия, Нидерланды, Португалия, Швейцария, США, Канада, Австралия, Япония).

В ряде стран ввоз-вывоз валюты регламентируется предельной суммой, которая не декларируется, сумма сверх установленного лимита вносится в декларацию (Испания, Италия, Греция).

Почти все страны СНГ ввели запрет на ввоз и вывоз со своей территории национальной валюты. Исключение - страны Прибалтики и Киргизия.

Для удобства денежных расчетов туристам целесообразно воспользоваться дорожными чеками или пластиковыми карточками (расчетными или дисконтными).

В Западной Европе с целью привлечения туристов существует система льготных покупок без налога (TFS). При покупке товара туристу по предъявлению документа выдается специальный чек, при выезде из страны на нем ставится отметка таможни, после чего ему

выплачивается разница между стоимостью товара и суммой НДС и комиссионных, что составляет в среднем 10-20% от стоимости товара. Такая система льгот имеет ограничения по минимальной сумме покупок в одном магазине. Так, например, в Швеции - это 200 крон, Нидерландах -300 гульденов, в Дании - 300 датских крон, в Австрии -1000 шиллингов.

С 1996 года возмещение по чеку TFS (tax-free) можно получить в отделениях и обменных пунктах Мост-банка в Москве. Здесь принимаются чеки, заверенные иностранной таможенной службой при вылете в Россию, из 16 стран Европы.

## **21.5 Санитарный и эпидемиологический контроль.**

Под санитарными формальностями понимаются процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими границу, установленных требований по вакцинации.

Для предотвращения распространения опасных заболеваний (чумы, холеры, лихорадки, оспы и др.) органами здравоохранения могут вводиться особые меры санитарного контроля. Они регламентируются Законом РСФСР "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" и Постановлением Правительства от 5 июня 1994 года N 624 "Об утверждении Федеральной целевой программы по охране территории Российской Федерации от завоза и распространения особо опасных инфекционных заболеваний людей, животных и растений, а также токсических веществ на 1994-1997 годы".

В соответствии с данными документами предполагается открыть дополнительно более 100 карантинных пунктов, оборудовать санитарно-контрольные пункты аэропортов, морских и речных портов, вокзалов, автовокзалов, где осуществляются международные перевозки.

При поездке в группу стран, являющихся "зоной желтой лихорадки" (Африка, Юго-Восточная Азия, Южная Америка), туристу следует сделать прививки, а также получить заключение врача об отсутствии противопоказаний для поездки в эти страны.

Некоторые прививки по установленным правилам следует сделать не позже, чем за месяц до отъезда.

Выезжающим в страны Африки и Южной Америки необходимо сделать прививку от желтой лихорадки и обновить прививку от дифтерии.

Тем, кто выезжает на длительное время в страны Индокитая или Юго-Восточной Азии, такие прививки следует сделать от холеры и малярии.

Аналогичные ограничения существуют для туристов, выезжающих в некоторые регионы Сибири или на Камчатку в мае-июне месяцы. При этом следует сделать прививки против энцефалитного клеща.

Вакцинация оформляется международным сертификатом, выдаваемым туристу медицинским учреждением.

Если турист отправляется в поездку с животными (собакой, кошкой, попугаем, обезьяной и пр.), следует иметь ветеринарную справку, что животному сделаны все необходимые прививки, а также справку из клуба, что оно не является редким экземпляром.

Для перевозки экзотических животных требуется разрешение Министерства охраны природы и окружающей среды.

Оплата перевозки животного (как за лишний вес багажа) производится независимо от того, сколько весит багаж пассажира и даже в том случае, если багажа нет.

Санитарно-эпидемиологический контроль на пограничных пунктах осуществляется специальными санитарными службами.

Общие правила перемещения товаров физическими лицами через  
таможенную границу Российской Федерации  
(Утв. Приказом ГТК РФ от 15 августа 1994 г. N 408)

1. Общие положения

- 1.1. Физические лица могут перемещать через таможенную границу Российской Федерации любые товары, за исключением товаров, запрещенных к ввозу в Российскую Федерацию, вывозу из Российской Федерации, с соблюдением требований, установленных Таможенным кодексом Российской Федерации, иными правовыми актами по таможенному делу, а также настоящими Правилами.
- 1.2. Ввоз товаров физическими лицами на таможенную территорию Российской Федерации и вывоз товаров ими с этой территории осуществляется в соответствии с их таможенными режимами при условии уплаты таможенных платежей, соблюдения мер экономической политики (квотирование, лицензирование и т.п.), а также выполнения других требований, установленных таможенным законодательством.  
При этом таможенные платежи уплачиваются физическими лицами в виде совокупного таможенного платежа, представляющего собой взимаемую без деления на источники сумму, эквивалентную сумме таможенных пошлин, налога на добавленную стоимость, акцизов и иных налогов, взимание которых возложено на таможенные органы, а также таможенных сборов и иных причитающихся к уплате таможенных платежей.
- 1.3. Физические лица могут перемещать через таможенную границу Российской Федерации товары, не предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности, в упрощенном, льготном порядке в соответствии с настоящими Правилами.
- 1.4. Упрощенный, льготный порядок перемещения физическими лицами товаров, не предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности, включает полное освобождение от таможенных платежей или применение единых ставок таможенных платежей и неприменение к товарам мер экономической политики в соответствии с настоящими Правилами.
- 1.5. Единые ставки таможенных платежей при применении упрощенного, льготного порядка перемещения применяются в соответствии с настоящими Правилами в отношении всех категорий товаров независимо от уровня их налогообложения и страны происхождения.
- 1.6. В случае, если в соответствии с настоящими Правилами подлежат применению единые ставки таможенных платежей, лицо не вправе требовать применения общего порядка и условий тарифного и нетарифного регулирования (мер экономической политики), налогообложения и таможенного оформления.
- 1.7. Единые ставки таможенных платежей не включают таможенные сборы за хранение товаров, а также таможенные сборы за таможенное оформление товаров вне определенных для этого мест и вне времени работы таможенных органов.
- 1.8. За таможенное оформление товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации физическими лицами, взимаются таможенные сборы в валюте Российской Федерации в следующих случаях и в следующих размерах:
  - в отношении товаров, предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности – в размере 0,15 процента таможенной стоимости товаров;
  - в отношении товаров, перемещаемых в несопровождаемом багаже при следовании лица через границу, в случае полного освобождения таких товаров от таможенных платежей, взимаемых по единой ставке, в соответствии с настоящими Правилами - в размере 0,1 процента таможенной стоимости товаров;

- в отношении товаров, не предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности, в случае, если к таким товарам не применяется упрощенный, льготный порядок перемещения в соответствии с настоящими Правилами - в размере 0,1 процента таможенной стоимости товаров.

При таможенном оформлении товаров, в отношении которых уплачивается совокупный таможенный платеж, таможенные сборы за таможенное оформление являются составной частью такого платежа.

1.9. В настоящих Правилах понимаются:

под "сопровождаемым багажом" - товары, перевозимые следующими через границу лицами; под "несопровождаемым багажом" - товары, перемещаемые перевозчиком по договору о перевозке (багажной квитанции, накладной, коносаменту и т.п.).

1.10. Перемещение физическими лицами товаров, подлежащих контролю иных государственных органов, допускается при представлении разрешений этих органов.

1.11. Действие настоящих Правил не распространяется на товары, пересылаемые физическими лицами в международных почтовых отправлениях, а также на транспортные средства, перемещаемые через таможенную границу в качестве товаров, классифицируемые в товарной позиции 8703 Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности.

## 2. Предназначение товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации физическими лицами

2.1. Предназначение товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации физическими лицами, устанавливается должностным лицом таможенного органа в соответствии с общепринятыми международными нормами и практикой, исходя из характера, количества и частоты перемещения товаров, с учетом всех обстоятельств поездки физического лица и при отсутствии оснований полагать, что товары перемещаются через таможенную границу не в целях личного пользования или потребления физическим лицом и членами его семьи.

2.2. Товары рассматриваются как не предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности, если такие товары ввозятся (вывозятся) исключительно для пользования или потребления лицом, перемещающим товары, и членами его семьи и использование товаров не связано с извлечением дохода в любой форме.

Использование товаров в иных целях (отчуждение любым способом, включая продажу, использование для извлечения дохода и т.п.) допускается с разрешения таможенного органа при условии уплаты таможенных платежей и выполнения других требований, установленных таможенным законодательством.

2.3. При установлении предназначения товаров должностным лицом таможенного органа могут приниматься во внимание следующие факторы:

а) характер товаров: учитываются потребительские свойства товаров, традиционная практика их применения и использования. Ввоз (вывоз) товаров, обычно не используемых в быту (например, грузовые автомобили, станки, оборудование, сырье, полуфабрикаты и т.д.), дает основание предполагать, что такие товары ввозятся (вывозятся) для коммерческих целей, если лицо, перемещающее товары, не докажет обратное;

б) количество товаров. Однородные товары (одного наименования, размера, фасона, цвета и т.п.) в количестве, превышающем потребность лица, перемещающего товары, и членов его семьи, как правило, ввозятся (вывозятся) с коммерческими целями;

в) частота перемещения товаров. Периодический ввоз (вывоз) одним и тем же лицом однородных товаров, хотя бы и в небольших количествах, может рассматриваться как то, что товары ввозятся (вывозятся) для использования в коммерческих целях, если лицо не докажет обратное;

г) обстоятельства поездки: учитываются цель поездки, ее продолжительность, страна пребывания (выезда), сумма заработанной валюты и т.д.;

д) отсутствие оснований полагать, что товары перемещаются через таможенную границу не в целях личного пользования или потребления физическим лицом или членами его семьи.

2.4. Обязанность подтверждения того, что товары не предназначены для производственной или иной коммерческой деятельности, возлагается на лицо, перемещающее товары.

2.5. Лицо вправе обжаловать решение должностного лица таможенного органа в соответствии с разделом XIII Таможенного кодекса Российской Федерации.

### 3. Ввоз товаров физическими лицами на таможенную территорию Российской Федерации

3.1. Общий порядок и условия тарифного и нетарифного регулирования (меры экономической политики), налогообложения и таможенного оформления применяются в отношении товаров, ввозимых физическими лицами, в случаях:

а) если таможенным органом установлено, что товары предназначены для производственной или иной коммерческой деятельности;

б) если общая стоимость ввозимых товаров или их количество превышают квоты и ограничения, указанные в пункте 3.3 настоящих Правил - в части такого превышения.

Указанные товары подлежат декларированию путем представления таможенному органу грузовой таможенной декларации.

3.2. Физические лица могут ввозить товары с полным освобождением от уплаты таможенных платежей, за исключением таможенных сборов в случаях, предусмотренных пунктами 1.7 и 1.8 настоящих Правил, при одновременном соблюдении следующих условий:

а) ввозимые товары не предназначены для производственной или иной коммерческой деятельности;

б) товары ввозятся при следовании лица через таможенную границу Российской Федерации в сопровождаемом и несопровожаемом багаже;

в) количество ввозимых товаров не превышает ограничений, предусмотренных Приложением N 1;

г) стоимость товаров не превышает 2000 долларов США включительно. Постоянно проживающие в Российской Федерации физические лица, срок временного непрерывного пребывания которых в иностранных государствах превышает 6 месяцев, могут ввозить товары общей стоимостью до 5000 долларов США включительно. Физические лица, переселяющиеся на постоянное место жительства в Российскую Федерацию из иностранных государств (кроме государств - бывших республик Союза ССР), могут ввозить товары общей стоимостью до 10000 долларов США включительно.

Указанные в подпункте "г" стоимостные ограничения не применяются в отношении физических лиц - бывших граждан Союза ССР, ввозящих товары в связи с переселением на новое постоянное место жительства в пределах государств - бывших республик Союза ССР, а также лиц, признанных в установленном порядке беженцами и вынужденными переселенцами.

3.3. Ввозимые физическими лицами товары, не предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности, облагаются таможенными платежами по единой ставке в размере 30 процентов таможенной стоимости, за исключением отдельных видов товаров, для которых применяются единые ставки таможенных платежей согласно приложению N 5, в следующих случаях:

а) если товары пересылаются в адрес физического лица без следования этого лица через таможенную границу Российской Федерации при условии, что общая стоимость товаров

не превышает 10000 долларов США включительно; или

б) если количество товаров превышает ограничения, предусмотренные Приложением N 1, - в части такого превышения при условии, что товары ввозятся в пределах до трехкратного превышения ограниченных количеств; или

в) если общая стоимость товаров превышает квоту, указанную в подпункте "г" пункта 3.2 настоящих Правил, - в части такого превышения, но не более 10000 долларов США включительно.

3.4. Товары, указанные в пунктах 3.2 и 3.3 настоящих Правил, подлежат декларированию в порядке, установленном специальными нормативными актами ГТК России, а в случаях, предусмотренных пунктом 3.3 настоящих Правил, также и путем представления таможенному органу заявления лица, перемещающего товары, составленного по форме, приведенной в Приложении N 2. Такое заявление для целей таможенного оформления и таможенного контроля рассматривается в качестве таможенной декларации.

3.5. В отношении одного товара либо одного комплекта товаров (гарнитур, сервиз и т.п.), не предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности:

- при превышении не более чем на 20 процентов стоимостных ограничений, указанных в подпункте "г" пункта 3.2 настоящих Правил, применяется полное освобождение от уплаты таможенных платежей, за исключением таможенных сборов в случаях, предусмотренных пунктами 1.7 и 1.8 настоящих Правил;

- при превышении стоимостных ограничений, указанных в пункте 3.3 настоящих Правил, может применяться единая ставка в размере 30 процентов таможенной стоимости таких товаров, за исключением отдельных видов таких товаров, для которых применяются единые ставки таможенных платежей согласно приложению N 5.

3.6. Для целей исчисления и уплаты таможенных платежей в соответствии с настоящими Правилами таможенная стоимость товаров, ввозимых и пересылаемых в адрес физического лица на таможенную территорию Российской Федерации, определяется на основе базового принципа: цена, по которой этот или подобный товар продается или предлагается для продажи при обычном течении розничной торговли в условиях полной конкуренции. При ввозе (в том числе пересылке) товаров на таможенную территорию Российской Федерации в несопровождаемом багаже в таможенную стоимость включаются расходы по доставке таких товаров до аэропорта, порта или иного места ввоза в Российскую Федерацию.

3.7. Таможенная стоимость ввозимых товаров, указанных в п.3.6 настоящих Правил, заявляется физическим лицом, перемещающим товары, соответственно в грузовой таможенной декларации либо в заявлении, предусмотренном пунктом 3.4 настоящих Правил. В целях подтверждения заявленной стоимости лицо представляет таможенному органу документы (счета, чеки, справки и т.д.).

Таможенный орган вправе принимать решение о правильности заявленной лицом таможенной стоимости товаров.

При отсутствии документов, подтверждающих правильность определения таможенной стоимости, заявленной лицом, либо при наличии оснований полагать, что заявленная стоимость не является достоверной, таможенный орган может самостоятельно определить таможенную стоимость ввозимого товара на основании данных, указанных в каталогах иностранных фирм, осуществляющих розничную продажу товаров, либо иной ценовой информации, имеющейся в распоряжении таможенного органа, в отношении подобных товаров.

При использовании указанной ценовой информации таможенный орган может производить ее корректировку в зависимости от качества ввозимого товара, его репутации на рынке, страны происхождения, времени изготовления и других факторов, влияющих на

цену товара.

При несогласии лица с решением таможенного органа в отношении определения таможенной стоимости товаров это решение может быть обжаловано в соответствии с разделом XIII Таможенного кодекса Российской Федерации. При рассмотрении жалобы вышестоящее должностное лицо таможенного органа или вышестоящий таможенный орган вправе назначить проведение экспертизы.

3.8. В случае необходимости разъяснения порядка определения таможенной стоимости доводятся до таможенных органов ГТК России.

3.9. В отношении товаров, подлежащих сертификации и не предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности, представления сертификата не требуется.

3.10. В случаях непредставления одновременно с таможенной декларацией документов и дополнительных сведений, необходимых для таможенных целей, или неуплаты таможенных платежей товары, ввозимые физическими лицами, помещаются на склады временного хранения, владельцами которых являются таможенные органы.

С разрешения таможенного органа, производящего таможенное оформление, товары могут помещаться на склады временного хранения, владельцами которых являются другие лица.

Предельный срок хранения товаров, ввозимых физическими лицами, на складах временного хранения составляет один месяц.

#### 4. Вывоз товаров физическими лицами с таможенной территории Российской Федерации

4.1. Общий порядок и условия тарифного и нетарифного регулирования (меры экономической политики), налогообложения и таможенного оформления применяются в отношении товаров, вывозимых физическими лицами, в случаях:

а) если таможенным органом установлено, что товары предназначены для производственной или иной коммерческой деятельности;

б) если общая стоимость вывозимых товаров или их количество превышает квоты и ограничения, указанные в пункте 4.3 настоящих Правил, - в части такого превышения.

Указанные товары подлежат декларированию путем представления таможенному органу грузовой таможенной декларации.

4.2. Физические лица могут вывозить товары с полным освобождением от уплаты таможенных платежей, за исключением таможенных сборов в случаях, предусмотренных пунктами 1.7 и 1.8 настоящих Правил, при одновременном соблюдении следующих условий:

а) вывозимые товары не предназначены для производственной или иной коммерческой деятельности;

б) товары вывозятся при следовании лица через таможенную границу Российской Федерации в сопровождаемом и несопровожаемом багаже;

в) количество вывозимых товаров не превышает ограничений, предусмотренных Приложением N 3;

г) стоимость товаров не превышает 50-кратного установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда. Физические лица, переселяющиеся из Российской Федерации на постоянное место жительства в иностранные государства (кроме государств - бывших республик Союза ССР), могут вывозить товары, общая стоимость которых не превышает 500-кратного установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда.

Указанные в подпункте "г" стоимостные ограничения не применяются в отношении физических лиц - бывших граждан Союза ССР, вывозящих товары в связи с переселением

на новое постоянное место жительства в пределах государств - бывших республик Союза ССР, а также лиц, признанных в установленном порядке беженцами и вынужденными переселенцами.

- 4.3. Вывозимые физическими лицами товары, не предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности, облагаются таможенными платежами по единой ставке в размере 60 процентов таможенной стоимости в следующих случаях:
- а) если товары пересылаются физическим лицом без следования этого лица через таможенную границу Российской Федерации при условии, что общая стоимость товаров не превышает 500-кратного установленного законом размера минимальной месячной оплаты труда; или
  - б) если количество товаров превышает ограничения, предусмотренные Приложением N 3, - в части такого превышения при условии, что товары вывозятся в пределах до трехкратного превышения ограниченных количеств; или
  - в) если общая стоимость товаров превышает квоту, указанную в подпункте "г" пункта 4.2 настоящих Правил, - в части такого превышения, но не более 500-кратного размера минимальной месячной оплаты труда.
- 4.4. Товары, указанные в пунктах 4.2 и 4.3 настоящих Правил, подлежат декларированию в порядке, установленном специальными нормативными актами ГТК России, а в случаях, предусмотренных пунктом 4.3 настоящих Правил, также и путем представления таможенному органу заявления лица, перемещающего товары, составленного по форме, приведенной в Приложении N 2. Такое заявление для целей таможенного оформления и таможенного контроля рассматривается в качестве таможенной декларации.
- 4.5. В отношении одного товара либо одного комплекта товаров (гарнитур, сервиз и т.п.), не предназначенных для производственной или иной коммерческой деятельности:
- а) при превышении не более чем на 20 процентов стоимостных ограничений, указанных в подпункте "г" пункта 4.2 настоящих Правил, применяется полное освобождение от уплаты таможенных платежей, за исключением таможенных сборов в случаях, предусмотренных пунктами 1.7 и 1.8 настоящих Правил;
  - б) при превышении стоимостных ограничений, указанных в п. 4.3 настоящих Правил, применяется единая ставка таможенных платежей в размере 60 процентов стоимости таких товаров.
- 4.6. Для целей исчисления и уплаты таможенных платежей в соответствии с настоящими Правилами таможенная стоимость товаров, вывозимых (в том числе пересылаемых) с таможенной территории Российской Федерации, определяется исходя из их свободной (рыночной) цены на день принятия таможенной декларации таможенным органом.
- 4.7. Заявление таможенной стоимости и ее определение производятся применительно к порядку, предусмотренному пунктами 3.7 и 3.8 настоящих Правил.
- 4.8. При вывозе товаров физическими лицами в соответствии с настоящими Правилами возврат сумм таможенных пошлин, налогов, относящихся к этим товарам, не производится.

## 5. Временный ввоз (вывоз) товаров физическими лицами

- 5.1. Физические лица при следовании через таможенную границу Российской Федерации могут временно ввозить (вывозить) не предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности товары, необходимые этим лицам для личного пользования на территории Российской Федерации (в стране временного пребывания), без уплаты таможенных платежей, за исключением таможенных сборов в случаях, предусмотренных пунктами 1.7 и 1.8 настоящих Правил.

Примерный перечень таких товаров приведен в Приложении N 4.

- 5.2. Временно ввозить на таможенную территорию Российской Федерации товары в упрощенном, льготном порядке могут только лица, имеющие постоянное место жительства за пределами Российской Федерации, а временно вывозить в указанном порядке лица, имеющие постоянное место жительства в Российской Федерации и выезжающие временно за пределы Российской Федерации.
- 5.3. Временный ввоз (вывоз) товаров физическими лицами в упрощенном, льготном порядке допускается с разрешения таможенного органа и на срок, не превышающий срок фактического пребывания лица на территории Российской Федерации (в стране временного пребывания), с учетом целей и всех иных обстоятельств поездки (продолжительность, сезон и т.д.).
- 5.4. При наличии оснований полагать, что временно ввезенные (вывезенные) товары могут быть обратно не возвращены, таможенный орган предоставляет разрешение на временный ввоз (вывоз) товаров только при условии обеспечения уплаты таможенных платежей, предусмотренных настоящими Правилами.

Приложение N1 к Общим правилам  
перемещения товаров физическими лицами  
через таможенную границу  
Российской Федерации

Перечень товаров, которые могут быть ввезены без уплаты таможенных  
платежей в ограниченном количестве\*

NN п/п	Наименование товара	Код товара по ТН ВЭД	Количество (на лицо)
.1	Алкогольные напитки (лицам не моложе 21 года)	220300; 2204 (кроме 220430); 2205; 220600; 220710000; 2208 (кроме 220810)	5 литров
.2	Табачные изделия (лицам не моложе 16 лет)	2402 (кроме 240290000)	1000 штук 20 литров на каждое
.3	Бензин автомобильный	271000330; 271000350	перемещаемое своим ходом моторное транспортное средство, не считая топлива в заводских емкостях этих средств
.4	Шины и покрышки и камеры для шин к легковым автомобилям	401110000; 401310100	5 штук  3 предмета (комплекта)

.5	Одежда из натуральной кожи	420310000	3 предмета (комплекта)
.6	Пластины, воротники, манжеты, отделки из натурального меха	430230100; 430310	3 предмета (комплекта)
.7	Одежда меховая и принадлежности одежды меховые (кроме меховых изделий детского ассортимента) (для мальчиков: рост - до 170 см включительно, обхват груди - до 80 см включительно; для девочек: рост - до 164 см включительно, обхват груди - до 84 см включительно)	430310	2 штуки
.8	Ковры	570500	3 штуки
.9	Головные уборы из натурального меха (кроме головных уборов детского ассортимента (размер головного убора - до 56 см включительно)	650692000	3 предмета либо 1 комплект (сервиз)
.10	Изделия из хрусталя	701321; 701331; 701391; 940510500	0,5 карата
.11	Бриллианты	710239000	5 предметов
.12	Ювелирные и иные изделия и их части из драгоценных металлов или металлов, плакированных драгоценными металлами, а также изделия из природного или культивированного жемчуга, драгоценных или полудрагоценных камней (природных, искусственных или реконструированных)	7113;7114; 7116	

\*) Товары определяются как кодами ТН ВЭД, так и приведенными в Перечне наименованиями.

Приложение N 2 к Общим правилам перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу Российской Федерации

В \_\_\_\_\_  
(наименование таможенного органа)

от \_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. лица, перемещающего товары)

\_\_\_\_\_  
(место жительства)

\_\_\_\_\_  
(сведения о документе, удостоверяющем личность)

Заявление

Мною \_\_\_\_\_ ввозятся/вывозятся по

(ненужное зачеркнуть)

(товаросопроводительный

документ)

следующие товары,

Наименование	Количество	Стоимость
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

предназначенные/не предназначенные для производственной или  
иной коммерческой деятельности.

" \_\_\_\_ " \_\_\_\_\_ 199\_\_ г. \_\_\_\_\_  
(подпись)

Приложение N 3 к Общим правилам перемещения  
товаров физическими лицами через таможенную  
границу Российской Федерации

Перечень товаров, которые могут быть вывезены без уплаты таможенных платежей  
в ограниченном количестве\*

N N п/ п	Наименование товара	Код товара по ТН ВЭД	Количество (на лицо)
1.	Рыба и ракообразные (кроме икры осетровых и лососевых)	группа 03, 1604; 160510000 - 160540000	5 кг брутто
2.	Икра осетровых (черная)	160430100	280 граммов
3.	Икра лососевых (красная)	160430900	280 граммов
4.	Лекарственные средства	3004	1 упаковка специальной формы для розничной продажи каждого наименования
5.	Изделия из цветных металлов,	7415; 750800;	Весом не

	бытовые	7612; 7616; 800700000; 8101-8108; 811000; 811100; 811300	более 20 кг
6.	Ювелирные и иные изделия и их части из драгоценных металлов или металлов, плакированных драгоценными металлами; из природного или культивированного жемчуга;	7113-7116; 900319100;  9101; 911310100; 960810300; 960839100	5 предметов общим весом не более 30 граммов (для изделий из золота и платины) или 120 граммов (для изделий из серебра)
	из драгоценных или полудрагоценных камней (природных, искусственных или реконструированных)	7116; 960200000 (только из янтаря)	5 предметов
7.	Топливо для моторных транспортных средств (бензин, дизельное топливо)	271000590; 271000690 271000330, 271000350	20 литров на каждое перемещаемое своим ходом моторное транспортное средство, не считая топлива в заводских емкостях этих средств

\*) Товары определяются как кодами ТН ВЭД, так и приведенными в Перечне наименованиями.

Приложение N 4 к Общим правилам перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу Российской Федерации

Примерный перечень товаров, временный ввоз (вывоз) которых допускается без уплаты таможенных платежей

1. Одежда.
2. Туалетные принадлежности.
3. Личные ювелирные украшения.
4. Фото- и кинокамеры с разумным количеством пленки и принадлежностей к ним.
5. Портативные слайдо- и кинопроекторы и принадлежности к ним с разумным количеством слайдов и фильмов.
6. Видеокамеры и портативные видеоманитофоны с разумным количеством пленки.

7. Портативные музыкальные инструменты.
8. Портативные проигрыватели с грампластинками.
9. Портативная звукозаписывающая и воспроизводящая аппаратура (включая диктофоны) с пленками.
10. Портативные радиоприемники.
11. Портативные телевизоры.
12. Портативные пишущие машинки.
13. Портативные калькуляторы.
14. Портативные персональные компьютеры.
15. Бинокли.
16. Детские коляски.
17. Коляски для инвалидов.
18. Спортивное оборудование, такое, как палатки и другое туристическое оборудование, рыболовные снасти, альпинистское снаряжение, снаряжение для подводного плавания, спортивное оружие с принадлежностями, велосипеды, байдарки, каноэ или каяки длиной до 5,5 метров, лыжи, теннисные ракетки, доски для серфинга и виндсерфинга, снаряжение для гольфа, планеры, дельтапланы.
19. Портативные диализаторы и аналогичные медицинские приборы, а также расходуемые материалы к ним.
20. Прочие товары, имеющие явно выраженное предназначение для личного пользования.

Приложение Ы 5 к Общим правилам перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу Российской Федерации

Единые ставки таможенных платежей, применяемые в отношении отдельных видов товаров, ввозимых физическими лицами в Российскую Федерацию

Код товара по ТН ВЭД	Краткое наименование товара*	Единая ставка таможенных платежей
из 4203 10000	Одежда из натуральной кожи	8 ЭКЮ за 1 кг
из 4303 10900	Одежда меховая из норки	100 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303 10900	Одежда меховая из нутрии	60 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303 10900	Одежда меховая из песца	60 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303 10900	Одежда меховая из лисицы	60 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303 10900	Одежда меховая из кролика или зайца	25 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303 10900	Одежда меховая из овчины	25 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303 10900	Одежда меховая прочая	40 ЭКЮ за 1 штуку
из 4303	Ковры и прочие текстильные напольные покрытия	1 ЭКЮ за 1кг

10900	Текстиль и трикотаж	4 ЭКЮ за 1 кг
из 4303 10900	Обувь	4 ЭКЮ за 1 кг
группа 57	Посуда (стеклянная, пластмассовая)	3 ЭКЮ за 1 кг
группа 61, 62	Видеозаписывающая или видеовоспроизводящая аппаратура с телевизионной передающей камерой	80 ЭКЮ за 1 штуку
группа 64	Видеоплейеры	20 ЭКЮ за 1 штуку
7013, 3924 10000	Видеомагнитофоны	30 ЭКЮ за 1 штуку
8521 10310	Телевизоры цветного изображения, совмещенные с видеоплейером или видеомагнитофоном	70 ЭКЮ за 1 штуку
из 8521 10390	Телевизоры цветного изображения с электроннолучевой трубкой не более 42 см	25 ЭКЮ за 1 штуку
из 8521 10390	Телевизоры цветного изображения с электроннолучевой трубкой более 42 см, но не более 52 см	40 ЭКЮ за 1 штуку
8528 10500	Телевизоры цветного изображения с электроннолучевой трубкой более 52 см, но не более 72 см	60 ЭКЮ за 1 штуку
8528 10710	Телевизоры цветного изображения с электроннолучевой трубкой более 72 см	100 ЭКЮ за 1 штуку
8528 10730	Телевизоры цветного изображения с электроннолучевой трубкой более 72 см	2 ЭКЮ за 1 кг
8528 10750	Игрушки	3 ЭКЮ за 1 штуку
8528 10780	Видеоигры	1 ЭКЮ за 1 штуку
8528 10780	Картриджи для видеоигр	
9501 00, 9502, 9503		
из 9504 10000		
из 9504 10 000		

\* При применении единых ставок таможенных платежей товары определяются исключительно кодом товара по ТН ВЭД, краткое наименование товара приведено только для удобства пользования.

Данное примечание не относится к случаям, когда в графе "Код товара по ТН ВЭД" имеется указание на то, что соответствующая единая ставка применяется не по всем товарам, классифицируемым по данному коду. При этом следует руководствоваться также кратким наименованием товара.

## **22. ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ**

В связи с быстро развивающимися внешнеэкономическими связями России, а также прямыми контактами туристских фирм с их зарубежными партнерами - деловая переписка занимает важное значение в туристском бизнесе.

Такие контакты предъявляют жесткие требования к соблюдению этических норм ведения бизнеса во всех его формах, принятых за рубежом. В эти нормы входят и правила деловой переписки, соблюдение которых поможет представить деятельность фирмы в выгодном свете, избежать недоразумений, наладить взаимопонимание и, в конечном итоге, способствовать успеху дела.

Если коммерческая служба, туроператоры, турагенты и сами руководители не владеют искусством деловой переписки, то появляется возможность неоднозначного толкования письма, что в ряде случаев приводит к дополнительной переписке и формированию отрицательного имиджа туристской фирмы.

### **22.1 Роль и место почтового отправления в предпринимательской деятельности.**

Наряду с другими современными видами связи - письмо не утратило свою роль во взаимоотношениях людей и организаций. Оно до сих пор остается наиболее распространенным видом деловой связи. Проигрывая перед остальными видами (телекс, факс, телефон, связь через компьютерную сеть и др.) в скорости доставки информации, оно выгодно отличается от них варьированностью объема, представительностью, дешевизной, полнотой изложения и т.д.

Деловое письмо незаменимо в рекламной деятельности при рассылке коммерческих предложений; только оно поможет создать благоприятное впечатление о руководителе, о его профессиональной подготовке, а также о самой фирме, при первых безличных контактах с зарубежными партнерами.

Юридически правильно оформленное, написанное хорошим языком, на фирменном бланке, однозначное по смыслу - деловое письмо отличный помощник в туристском бизнесе.

В последние десятилетия основным языком международного делового общения стал английский. Письмо на английском будет понято потенциальными адресатами в любой точке земного шара. Поэтому все примеры переписки, образцы, техника составления писем представлены ниже на английском языке. Необходимо, однако, иметь в виду существенные различия в оформлении и языке писем, направляемых в Европу, США и другие страны, о чем будет сказано ниже.

### **22.2 Некоторые правила составления деловых писем.**

Правила составления деловых писем зависят от целого ряда факторов и моментов, к числу которых относятся:

- вид письма (сопроводительное, письмо-заказ, выставление счета, ответ на запрос партнера, извинение и т.д.);
- предполагается ли ответ(существуют ситуации, в которых ответ может не предполагаться, например, в прямой рекламной рассылке);
- будет ли содержание письма однозначно понятно адресатом, не оставит ли оно каких-либо неясностей касательно вопроса переписки?
- уверен ли отправитель, что письмо придет в срок? (если нет, следует воспользоваться телексом или телефаксом).

Следует ясно представлять себе о чем писать, как аргументировать, какой цели

добиваться. При этом необходимо убедиться, что именно направление письма является наиболее эффективным способом разрешения вопроса. Содержание письма нужно излагать в такой логической последовательности, которая в сочетании с краткостью и убедительностью привело бы читающего к мысли о необходимости должным образом решить затронутый вопрос.

Деловое письмо должно быть корректным: сочетание тщательно отработанной лексики и простоты изложения обеспечит его убедительность и позволит избежать излишней переписки. Следует избегать неточностей, двусмысленности, профессионализмов и ненужных сокращений, так как это может привести к необходимости последующих уточнений.

Деловое письмо должно быть безукоризненным во всех отношениях: даже мелкое несоблюдение правил может сделать его дефектным с юридической точки зрения. Это особенно важно, если принять во внимание, что за рубежом не принято ставить печать на коммерческие документы, достаточно одной подписи уполномоченного лица даже на заказах, отчетах и гарантийных письмах. Излишне напоминать, что все данные и факты должны быть тщательно проверены.

### 22.3 Типовая структура делового письма.

Типичное деловое письмо состоит из шести частей. Заголовок содержит адрес отправителя, дату отправки и название фирмы или имени отправителя. Следует пользоваться фирменными бланками, отпечатанными типографским способом и разработанными в едином стиле с конвертом. Для рассылки за рубеж адрес и название фирмы должны быть продублированы на английском.

Ставить номер расчетного счета на бланках для зарубежных адресатов не рекомендуется. Исходящий номер ничего не скажет адресату, т.к. при рассылках за рубежом пользуются датой отправки и содержанием. Поэтому исходящий номер лучше проставить лишь на дубликате, предназначенном для учета.

Как пишется дата?

Для отправки в Европу:

день    месяц    год  
6-th    January    1996

Для отправки в США:

месяц    день    год  
January 6,    1996

Внутренний адрес состоит из названия организации, адресата (или) его имени, например:

Swiftspeed co. inc.    -    для США;

Swistspeed Co., Inc.    -    для Европы;

При обращении к человеку, не имеющему титула:

Mr. (Мн.: Mrs.) -    для мужчины;

Mrs. (Мн.: Mmes)    -    для замужней женщины.

Miss    -    для незамужней женщины;

(мн. Misses)

Если название фирмы состоит из имен, например, Black and Jones Associates, то при обращении к этим людям употребляется сокращенное Messrs (для мужчин) и Mmes (для женщин): Messrs Black and Jones Ass, Mmes Janes and Car Ass.

В адресате и дате точки не ставятся!

Иногда перед именем адресата ставится Attn.: Attn.

Например, Attn.: Mr.Black - (Вниманию мистера Блэка).

Если известно официальное положение адресата (его должность), целесообразно указать

его после имени, например:

Attn.: Mr.Black, Head of Department.

Внимание мистера Блэка, начальника отдела.

Это более формально, но более вежливо.

После адресата может быть дано уточнение содержания письма, например:

Re.: (Regarding) your letter 02.03.1996

Относительно вашего письма от 02.03.1996.

Обращение.

При обращении к отдельному лицу обычно употребляется неформальное Dear (Дорогой):  
Dear Sir, Dear Madam, Dear Mr.Brown, Dear John.

При обращении к фирме более формально:

Dear Sirs, - (Европа),

Gentlemen: - (США).

После обращения употребляется запятая (в Европе) или двоеточие (в США).

Dear Sirs, Gentlemen:

Основной текст письма состоит из информации, которую следует донести до адресата. О требованиях к его содержанию уже было сказано ранее.

Что касается оформления делового письма, то необходимо иметь в виду три момента.

1. С заглавной буквы пишутся:

- имена, адреса, обращения;
- каждое слово названия фирмы;
- каждое слово официального названия должности;
- название объектов переписки (Project, Agreement, Letter of intent).

2. Нельзя использовать сокращенные формы модальных и вспомогательных глаголов типа Shan't, can't, нужно употреблять shall not, can not и т.д.

Заключительная формула вежливости должна всегда соответствовать обращению. Соответствие заключительных формул и обращений приведено ниже.

Адресат	Адрес	Обращение	Заключительная фраза
Другу	Mr. J.J. Hunt, 12, Chirch St. Liverpool, 6.B.	Dear John My dear John My dear Hunt	(I am) Yours (very) sincerely Cordially yours
Нанимателю	J.J. Hunt, Esq.	Dear sir, Sir	(I am) Yours (very) Truly, Faithfully
Торговому агенту	Mr. J.L. Black	Dear Sir,	Yours truly
Товариществу	Messrs Truemen & Son	Dear Sirs, Gentlemen	Yours truly
Акционерному обществу	Messrs John & Co., Ltd	- // -	- // -
Фирме, возглавляемой женщинами	Mmes Turner	Ladies, Ladies:	- // -
Одной женщине	Mrs. J.J. Terner Miss Brown	Madam	- // -
Официальному лицу	The Secretary, Chamber of Commerce, N.Y.	Sir Dear Sir	(I am)Sir(Dear Sir), Yours Faithfully,
Представителю церкви	The Rev. John Pike	Revi Sir Sir	Yours faithfully
Военному	Captain P.S. Brown	Sir Dear Sir	Yours truly
Врачу	Dr. J.J. Kenna	- // -	- // -

Подпись (или ее факсимиле) обычно сопровождается полным именем автора и его должностью и званием, например:

Sir Jeffry, Editor-in-Chief  
J.P.Black, Head of Department.

Если к письму имеются приложения, то их характер и размер уточняется в левом нижнем углу письма после сокращения:

Enclo (Enclosure)- приложение;

Encios- множ. число;

например:

Enclo.: 32 pages (sheets).

## 22.4 Графическое оформление делового письма.

Оформление деловых писем различно в Европе и США, ниже приведены наиболее распространенные типы графического оформления деловой переписки.

Типичные вступительные и заключительные фразы.

Для начала письма:

Уважаемые господа,	Gentlemen:
Мы получили Ваше письмо от...	We have received your letter of ...
Благодарим за письмо от...	Thank you for your letter of...
Ваше письмо с приложением (с указанием, просьбой о...) рассмотрено	Your letter enclosing (stating that... requesting us to do...) has been given proper attention)
В ответ на Ваше письмо от...	In response to your letter of (дата)
В подтверждение нашего (их) телефонного разговора (состоявшегося в...) сообщаем, что..	Confirming our (their) phone talks (held in...) we inform you that
Ссылаясь на наше письмо от... сообщаем, что	Referring to your letter of, we inform you that...
Вновь ссылаясь на...	With further reference to...
Рады сообщить Вам, что...	We have pleasure in informing you that...
К сожалению, вынуждены напомнить Вам, что...	We are sorry to have to reaming you that...
В связи с нашим письмом от... и в подтверждение телеграммы от...	In connection with (Referring to...) our letter of... and confirmation of your cable of...
Приносим извинения за некоторую задержку с ответом на ваше письмо	We offer apologies for some delay in answering your letter
Пожалуйста, примите наши извинения за...	Please, accept our apologies for...
Мы с сожалением узнали из Вашего письма от..., что...	We regret to learn from your letter of... that
К сожалению, мы не можем удовлетворить Вашу просьбу о..	We are sorry we are unable to meet your request about...

Мы с удивлением узнали из Вашего телекса...	We are surprised to learn from your telex...
В дополнение к нашему письму от...	Further to your letter of...
Мы вынуждены напомнить Вам, что...	We have to remind your that...
Имеем удовольствие предложить Вам...	We have pleasure in offering you
Вам, несомненно, известно, что...	You are no doubt aware that...
Очевидно, Вам известно, что...	As you may know(You may know...)
Прилагаем копию письма по поводу...	We are enclosing a copy of a letter... about
Просим принять во внимание (учесть), что...	Please note that...

### Связующие элементы письма

Мы выражаем уверенность в том, что...	We express confidence that...
Мы совершенно уверены...	We are confident that...
Считаем необходимым (важным, целесообразным) отметить...	We find it necessary (important, reasonable) to note...
Помимо вышеуказанного...	Apart from the above (said, mentioned)
В дополнение к вышеуказанному.	Further to the above... In addition to the above...
Мы были бы рады иметь возможность ...	We would welcome the opportunity...
Пользуясь возможностью напомнить, что...	Taking the opportunity to remind you of... It goes without saying...
Само собой разумеется...	We want to draw your attention to the fact...
Обращаем Ваше внимание на тот факт, что...	In view of the above
Ввиду вышеизложенного...	In this connection...
В связи с этим..	In connection with your request
В связи с Вашей просьбой...	In connection with the above...
В связи с вышеизложенным...	Otherwise we shall have to...
В противном случае, мы будем вынуждены...	As to your request (your order, your claim)...
Что касается Вашей просьбы, (Вашего заказа, Вашей претензии)...	The point is that... Under the circumstances...
Дело в том, что...	In our opinion... We believe... We think... We feel...
<b>В сложившихся обстоятельствах...</b>	
По нашему мнению...	As requested by you...
	In case of delay in delivery (in payment)
В соответствии с Вашей просьбой...	We are having difficulty in...

В случае задержки в поставках (в уплате)	We have to admit that...
Мы испытываем затруднения с...	So far (Up till now) We have received(got)no reply...
Необходимо признать, что...	We can not accept your point of view for the following reason...
До сих пор мы не получили ответа...	In case of your refusal...
Мы не согласны с Вашей точкой зрения по следующим причинам...	Should you refuse... Should you fail to pay...
В случае Вашего отказа...	To avoid delay in...
В случае неуплаты...	Under the contract enclosed...
Во избежание задержки в...	Further you write...
В соответствии с прилагаемым контрактом...	Moreover...
Далее Вы пишете...	Nevertheless...
Более того...	In the first place
Тем не менее...	Actually... In fact...
В первую очередь...	
Фактически...	

### Выражения, используемые в конце письма.

Мы будем признательны за быстрый ответ	Early reply will be appreciated.
Просим обращаться к нам, если Вам потребуется помощь (содействие) ...	If we can be of any assistance, please do not hesitate to contact us...
Надеемся получить Ваш ответ в ближайшем будущем	Looking forward to hearing from you soon...
Просим сообщить нам, как можно скорее (в ближайшем будущем)	Please, inform us in the shortest possible time (at your earliest convenience...)
По получении письма просим телеграфировать (сообщить факсом) подтверждение	Upon receipt of the letter please cable (telex) your confirmation...
Мы хотели бы заверить Вас...	We would like to assure you...
Будем признательны за быстрое выполнение нашего заказа	Prompt execution of the order will be appreciated...
Заверяем Вас, что мы незамедлительно свяжемся с соответствующими организациями...	We assure that we shall get in touch with (contract) the organisations, concerned without delay...
Заверяем Вас, что мы предпримем срочные меры для исправления создавшегося положения..	We assure you of our quick actions to correct the situation...
Ожидаем Вашего согласия(одобрения, подтверждения).	Looking forward to receiving your consent (approval, conformation).

Здесь представлены только некоторые практические рекомендации по правилам деловой переписки. Более подробно по данному вопросу можно познакомиться в специальной литературе.

## ЛИТЕРАТУРА

### Глава 1.

1. Кудинов Б.Ф. Из истории развития туризма. "Профиздат", М.: 1986.
2. Энциклопедия туриста. Изд-во "Большая Российская энциклопедия", М.: 1993.
3. Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации. "Международные отношения" М.: 1990.

### Глава 2.

4. Выезд российских граждан за рубеж и прибытие иностранных граждан в Россию в 1995 году., "Турифо", NN 7, 8, 9 1996 г.
5. Деловой туризм в России. "Туристская деловая газета", N 7, июль, 1995 г.
6. Европейское сообщество обращает взоры на туризм (туризм в Европе). "Коммерсант-daily", 1 июня 1995 г.
7. Индустрия туризма. "Экономика и жизнь" N 31, 1995 г.
8. Кто же построит нам отели? "Известия" N 39, 1 марта 1995г.
9. Концепция развития международного туризма в Москве до 2005 года., "Турифо", N 15 от 15 декабря 1995 г.
10. Об основных принципах сотрудничества государств-участников СНГ в области туризма. "Турифо", N 11 от 1 июня 1995 г.
11. Прогноз развития международного туризма до 2005 года., "Туристская деловая газета", N1, 1994 г.
12. Социологическое исследование туристского рынка России (год 1995). "Туристские фирмы", N 10, 1996 г.
13. Статистика в туризме., "Туристская деловая газета", N4, апрель, 1996 г.
14. Ситуация на рынке туризма. "Коммерсант- daily ",11 января 1995 г.
15. Ситуация в гостиничном комплексе Москвы. "Коммерсант- daily ",21 января 1995 г.
16. Туристская декларация(принята Всемирной конференцией министров по туризму 4 ноября 1994 года)."Турифо", N16 от 15 декабря 1994 г.
17. Туризм на пороге XXI столетия. "Туристская деловая газета", N3, март 1995 г.
18. Федеральная программа развития туризма в России. Бюро информации по туризму "ОНЛАЙН"., М.: 1996.

### Глава 3.

19. Проблемы и программы туристско-рекреационного использования природного и историко-культурного потенциала в регионах России (сборник научных трудов). Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия. М.: 1995.
20. Зорин И.В., Путрик Ю.С. География туризма и экскурсий в СССР. ЦРИБ ЦСТЭ. М.:1985.
21. Зорин И.В., Штюмер Ю.А. Туризм и охрана окружающей среды. ЦРИБ ЦСТЭ. М.: 1986.
22. Стадник А.А. Туристские ресурсы СССР. ИПК Госкоминтуриста, М.: 1987.
23. Преображенский В.С., Веденин Ю.А. География рекреационных систем СССР. М.:

"Наука", 1980

Глава 4.

24. Сенин В.С. Введение в туризм. РИПРИКТ., М.: 1993.

Глава 5.

25. Квартальное В.А., Сенин В.С. Организация туристско-экскурсионного обслуживания. ЦРИБ ЦСТЭ., М.: 1987.

Глава 6.

26. Власова И.Б., Зорин И.В., Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности. Российский международный институт туризма. М.: 1992.

27. Мамедов А.А. Технологические системы обеспечения производства туристских услуг. ЦРИБ ЦСТЭ. М.: 1988.

Глава 7.

28. Исмаев Д.К. Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок. Высшая школа по международному туризму., М.: 1996.

29. Исмаев Д.К. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. "Луч", М.: 1994.

30. Немоляева М.Э. Маркетинг в иностранном туризме. ВКШ по иностранному туризму., М.: 1991.

31. Азар В.И. Экономика и организация туризма. Профиздат., М.: 1983.

Глава 8.

32. Требования к индустрии гостиниц, ресторанов и кафе. (По материалам Белой Книги "Хотрек"). Институт туризма. М.: 1991.

33. Справочник предпринимателя: розничная торговля, оптовая торговля, грузовой транспорт, общественное питание и гостиничное хозяйство. "Наука", М.: 1994.

34. Жолобов А.А., Сенин В.С. Методические рекомендации по технической эксплуатации инженерного оборудования и систем туристских предприятий. Российский совет по туризму и экскурсиям. М.: 1991.

35. Гуляев В.Г. и др. Сборник нормативных и методических материалов по охране труда. ЦСТЭ, ИПК работников туристско-экскурсионных организаций. М.: 1990.

36. Ходорков Л.Ф. Мировое гостиничное хозяйство. ВКШ по иностранному туризму. М.: 1991.

37. Семенов В.С., Каминский И.С., Попова Н.А. Гостиничное хозяйство. "Стойиздат", М.: 1985.

Глава 9.

38. Кудрова Н.В. Прогрессивные технологии производства продукции туристских предприятий питания. ЦРИБ ЦСТЭ, М.: 1989.

39. Условия труда в гостиницах, ресторанах и аналогичных заведениях. Материалы Международной конференции труда. Женева, 1990.

40. Гостиницы, рестораны, туризм. ГАО "Москва", NN 1-6, 1994- 1995 г.

41. Мамедова З.И., Сенин В.С., Шипилов Д.Н. Рациональная организация питания в

туристских учреждениях. ЦРИБ ЦСТЭ, М.:1987.

#### Глава 10.

42. Игудесман Я.Е. Экономика автомобильного транспорта. "Высшая школа", Минск, 1987.
43. Пассажирские автомобильные перевозки. (Под ред. Островского Н.Б.), "Транспорт", М.: 1986.
44. Гуляев В.Г. Внедрение и эксплуатация газокарбюраторных и газодизельных автомобилей и автобусов на предприятиях системы Центрального Совета по туризму и экскурсиям. ЦРИБ ЦСТЭ, М.: 1989.
45. Петров СВ., Шапкина К.Е. Планирование и организация транспортных путешествий. ЦРИБ ЦСТЭ, М.: 1986.
46. Ильина Е.Н. Организация железнодорожных путешествий. ЦРИБ ЦСТЭ, М.: 1991.
47. Власов П.И. Организация технического обслуживания и ремонта автомобилей в условиях автотранспортных предприятий системы ЦСТЭ. ЦРИБ "Турист", М.: 1989.
48. Артемьев СП. и др. Международные перевозки автомобильным транспортом. "Транспорт", М.: 1977.

#### Глава 11.

49. Основы экскурсоведения. (Под ред. Емельянова Б.В.), "Просвещение", М.: 1985.
50. Никитина Н.Н. Эстетическое воспитание на экскурсиях. ЦРИБ "Турист", М.: 1985.

#### Глава 12.

51. Сборник нормативных документов по спортивному туризму. Туристско-спортивный союз России. М.: 1996.
52. Сборник официальных документов по детско-юношескому туризму, краеведению и летнему отдыху детей. Центр детско-юношеского туризма Министерства образования. М.: 1995.
53. Маршрутная книжка туристского спортивного похода. Туристско-спортивный союз России. М.: 1995.
54. Репин Ю.В. и др. Основы безопасности человека в экстремальных ситуациях. Екатеринбург, 1995.

#### Глава 13.

55. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. М., "Финансы и статистика", М.:1994.
56. Грабовский П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев СИ. и др. Риски в современном бизнесе. "Алане", М.: 1994.
57. Идрисов А. Нюансы бизнес-плана: финансовая часть. " Экономика и жизнь", N 21, май 1995 г.
58. Крылова Т. Что такое финансовый менеджмент? "Финансовая газета", N 24, 1994 г.
59. Куликова Н.В. Работа с персоналом. "Деловой визит", N 66, январь, 1995 год.
60. Маниловский Р.Г. Бизнес-план. "Финансы и статистика", М.: 1994.
61. Муладжанова Т. Маркетинг персонала (теория и практика), "Рекламист-95", N 4, март, 1995 г.
62. Прохоров С. Как разработать антикризисную программу? "Деловой визит", N51, декабрь, 1994 г.
63. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. "Перспектива", М.: 1995.
64. Уилсон П. Финансовый менеджмент в малом бизнесе (перевод с английского), "Аудит", "ЮНИТИ", М.: 1995 .

## Глава 14.

65. Указ Президента Российской Федерации N 765 от 26 июля 1995 года "О дополнительных мерах по повышению эффективности инвестиционной политики Российской Федерации".
66. Закон Российской Федерации "Об иностранных инвестициях". , 1991 г.
67. Государство теряет миллиарды, отказывая туризму в поддержке. "Финансовые известия", N 32, 11 мая 1995 г.
68. Воронов К., Хаит И. Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов: проблемы оценки. "Финансовая газета", NN24, 25, 26, 1995 г.
69. Инвестиционное проектирование: практическое руководство по экономическому обоснованию инвестиционных проектов (под редакцией Шумилина С.И.). "Финстатинформ", М.: 1995 г.
70. Холт Роберт Н., Барнес Сет Б. Планирование инвестиций. "Дело ЛТД", М.: 1994.

## Глава 15.

71. Гермогенова Л.Ю. Эффективная реклама в России. Практика и рекомендации. "Рус-ПартнерЛтд", М.: 1994.
72. Грушицкий Л. Коммуникация в системе Паблик Рилейшнз (теория и практика). "Рекламист-95", N 3, 1995 г.
73. Картер Г. Эффективная реклама (перевод с английского). "Прогресс", М.: 1991.
74. Крылов И.В. Немного о рекламе. "Деловой визит", N 29 (64), 1994 г.
75. Реклама в туризме от А до Я. "Конъюнктура туристского рынка", N 3, 1991 г.
76. Реклама престижа. "Деловой визит", N13(48), 1994 г.
77. Реклама в бизнесе (учебное пособие). Сост.Серегина Т.К., Титкова Л.М., ИВЦ "Маркетинг", М.: 1995.
78. Рожков И.Я. Международное рекламное дело., "ЮНИТИ", М.: 1994.
79. Тенденции на мировом рынке рекламного бизнеса. "Рекламист-95", N 3, 1995 г.
80. Тышковский А.В. Имидж организации. "Деловой визит", N 7 (42), 1994 г.
81. Реклама туристских маршрутов и услуг. ЦРИБ "Турист", М.: 1987.

## Глава 16.

82. Гражданский кодекс Российской Федерации (части 1 и 2). "Спарк", М.: 1995 г.
83. Указ Президента Российской Федерации от 8 июля 1994 года "Об упорядочении государственной регистрации предприятий и предпринимателей на территории РФ".
84. Положение о порядке ведения Государственного реестра предприятий(утверждено Минфином и Государственной налоговой службой РФ 12 апреля 1993 года).
85. Как зарегистрировать фирму? "Коммерсант", N 21 от 30 мая 1993 г.
86. Как открыть свое дело? "Известия" от 31 мая 1995 г.
87. Витрянский В. Ликвидация юридических лиц. "Экономика и жизнь", N 14 от 14 апреля 1995 г.

## Глава 17.

88. Постановление Правительства РФ от 24 декабря 1994 года N 1418 "О лицензировании отдельных видов деятельности".
89. Постановление СМ РФ от 27 мая 1993 года N 492 "О полномочиях органов исполнительной власти краев, областей, автономных образований, городов федерального значения по лицензированию отдельных видов деятельности".

90. Постановление СМ РФ от 12 декабря 1995 года N 1222 "О лицензировании международной туристской деятельности в Российской Федерации". "Турифо", N 1 от 1 января 1996 г.
91. Приказ Минтранса РФ от 21 февраля 1994 года N 9 "О порядке выдачи лицензий на международные перевозки и связанные с ними транспортно-экспедиционные услуги".
92. Постановление Правительства Москвы N 880 от 21 сентября 1993 года "О лицензировании туристской и экскурсионной деятельности".
93. О лицензировании отдельных видов деятельности. Письмо Минфина и Госналогслужбы РФ от 1 ноября 1993 года N НП-4-04/172Н.
94. Лицензирование бизнеса местными властями. "Коммерсант", N 22, 1993 г.
95. Лицензирование отдельных видов деятельности. "Экономика и жизнь", N 6, 1995 г.
96. Лицензирование в Москве, "Экономика и жизнь", N 44, 1993г.
97. О новом порядке лицензирования международной туристской деятельности в РФ. "Турифо", N 3, 1995 г.
98. Закон Российской Федерации от 10 июня 1993 года "О сертификации продукции и услуг".
99. Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года "О защите прав потребителей".
100. Постановление Правительства Российской Федерации от 12 февраля 1994 года N 100 "Об организации работ по стандартизации, обеспечению единства измерений, сертификации продукции, услуг".
101. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 июля 1994 года N 669 "Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации".
102. Постановление Госстандарта РФ от 1 мая 1992 года "Порядок проведения сертификации продукции".
103. ГОСТ 28681-90 "Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания" (основные положения).
104. "Положение о критериях классификации и порядке проведения аттестации и переаттестации гостиниц г. Москвы", "Турифо", N 8, 1994 г.
105. Сертификация продукции и услуг и защита прав потребителей. "Экономика и жизнь", N 1, 1995 г.
106. Сенин В.С., Баженова Т.А. и др. Методические рекомендации по проведению идентификации и сертификации туристских услуг и услуг гостиниц. МЭСИ., М.: 1996.

## Глава 18.

107. Закон Российской Федерации от 27 ноября 1992 года "О страховании". "Российская газета", ноябрь, 1992 г.
108. Постановление Верховного Совета РФ от 27 ноября 1992 года "О введении в действие Закона РФ "О страховании".
109. Закон Российской Федерации от 28 июня 1991 года "О медицинском страховании граждан в Российской Федерации". "Российская газета", июль 1991 г.
110. Указ Президента РФ от 7 июля 1992 года "О государственном обязательном страховании пассажиров".
111. Указ Президента РФ от 6 апреля 1994 года "Об основных направлениях государственной политики в сфере обязательного страхования".
112. Страховой полис - как элемент безопасного производства. "Коммерсант- daily" от 16 июня 1995 г.
113. Страхование в туризме. "Экономика и жизнь", июнь 1995 г.
114. Состояние страхового рынка и проблемы его развития. "Финансовая газета", N 49, 1994 г.

## Глава 19.

115. Дашков Л.П., Брызгалин А.В. Коммерческий договор: от заключения до исполнения. ИВЦ "Маркетинг", М.: 1995.
116. Гражданский кодекс-регулирование предпринимательской деятельности. "Экономика и жизнь", N 52, 1994 г.
117. Грачев Ю.Н., Плотников Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности (рекомендации отечественным предпринимателям). "Интел-Синтез", М.: 1994.
118. Договор - как средство рыночных отношений. "Экономика и жизнь", NN 27, 29, 1994 г.
119. Внешнеторговый контракт - советы предпринимателю. "Домашний адвокат", NN 21-22, 1994 г.
120. Заключен ли договор? "Хозяйство и право", N 9, 1994 г.
121. Как предъявить претензию? Юридическая консультация фирмы "Никитский и Кузнецов", 1995 г.
122. Контракты международной (внешнеторговой) купли-продажи. "Экономика и жизнь", N 49, 1994 г.
123. Контракт в международной торговле. "Деловой визит", N 24, 1994 г.
124. Международно-правовые основы иностранных инвестиций в России. Сборник нормативных актов и документов. "Юридическая литература", М.: 1995 .
125. О чем нужно знать, покупая тур? "Известия", N 131, 1995 год.
126. Вы собрались в вояж... "Юридический вестник", октябрь, 1994 г.
127. Вас надули в загрантуре. "Юридический вестник", N34-35, 1994 г.
128. О рекомендациях по составлению договоров. Письмо комитета РФ по торговле от 9 ноября 1995 года, N 1-1492/32-21.
129. Сборник типовых договоров, применяемых в различных сферах хозяйственной деятельности. М.: 1992.
130. Сборник типовых договоров. "Инфра-М", М.: 1995.
131. Феонова Л.А. Внешнеэкономические контракты (сборник договоров, комментарии), МГИМО, М.: 1994.
132. Шапиро Ж. Международное право предпринимательской деятельности. "Прогресс", "Универс", М.: 1993 .
133. Российский рынок (сборник нормативных актов), М., 1992.
134. Кредитный договор требует повышенной внимательности. "Экономика и жизнь", N 24, 1994 г.
135. Сборники программ на CD-ROM: "Библиотека предпринимателя", "Ваш офис", "Библиотека пользователя ПК", "Ваше право", "Консультант", "Гарант".

## Глава 20.

136. Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 года "Об основах налоговой системы в Российской Федерации".
137. Гуляев В.Г., Фролов Н.С. Налоги, обязательные сборы и платежи в России. М.: 1992.
138. Налоги в России (сборник нормативных документов). М., "Юридическая литература", 1995 г.
139. Герасимова А., Скапенкер М. Туристский бизнес: особенности бухучета и налогообложения. "Экономика и жизнь", N 14, апрель 1996 г.

## Глава 21.

140. Маринин М.М., Сенин В.С., Хорошилов А.В. Туристские формальности. МЭСИ., М.: 1995. 141 Туристские услуги. "Спрос", N 3, 1996 г.

142. Этика деловых взаимоотношений и культура бизнеса. Методические рекомендации. В/А "Финвест", М.: 1995.
143. Этика бизнеса. "Финвест", М.: 1995.

## СОДЕРЖАНИЕ ВВЕДЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	
1. КРАТКИЙ ЭКСКУРС В ИСТОРИЮ ТУРИЗМА	
2. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ	
2.1. Экономика туристской отрасли	
2.2. Статистика въездного и выездного туризма в России	
2.2.1 Выезд российских граждан за рубеж	
2.2.2 Прибытие иностранных туристов в Россию в 1995 году	
3. ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ И ТУРИСТСКОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ	
4. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
4.1 Понятие, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности	
4.2 Нормативно-правовые основы туристской деятельности	
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ СХЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	
6. ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ И ТЕХНОЛОГИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА	
6.1 Предприятия, предоставляющие услуги по размещению	
6.2 Предприятия питания	
6.3 Фирмы, занимающиеся транспортным обслуживанием	
6.4 Туристские фирмы по разработке и реализации туристского продукта	
6.5 Рекламно-информационные туристские учреждения	
6.6 Производственные туристские предприятия	
6.7 Предприятия торговли	
6.8 Предприятия сферы досуга в туризме	
6.9 Учреждения самодеятельного туризма	
6.10 Органы управления туризмом	
6.11 Учебные туристские заведения	
6.12 Научные и проектные учреждения	
7. РАЗРАБОТКА МАРШРУТОВ И ФОРМИРОВАНИЕ ТУРОВ	
7.1 Основные понятия и определения	

7.2. Классификация туристских маршрутов	
7.3 Разработка маршрутов	
7.4 Порядок формирования и реализации туров	
<b>8. ГОСТИНИЧНОЕ ХОЗЯЙСТВО И ГОСТИНИЧНЫЙ СЕРВИС</b>	
8.1 Средства размещения, их классификация. Туристская гостиница. Назначение, особенности	
8.2 Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице	
8.3 Требования к зданиям и сооружениям гостиниц. Планировка и оборудование номеров	
8.4 Классификация гостиниц и номеров. Правила предоставления гостиничных услуг	
Приложения	
<b>9. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИЯ ПИТАНИЯ В ТУРИЗМЕ. РЕСТОРАННЫЙ СЕРВИС</b>	
9.1 Классификация и требования к предприятиям питания в туризме	
9.2 Технологическая схема обеспечения питания туристов	
<b>10. ТРАНСПОРТНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СХЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ</b>	
10.1 Состояние транспортной системы обслуживания туристов	
10.2 Классификация транспортных путешествий и транспортных средств	
10.3 Техничко-экономические показатели работы подвижного состава, обслуживающего транспортные путешествия	
10.4 Парк подвижного состава и степень его использования	
10.3.2 Пробег подвижного состава и скорости движения	
10.3.3 Вместимость и провозная способность	
10.3.4 Производительность и приведенные затраты	
10.4 Организация туристских путешествий на внутренних маршрутах	
10.5 Специфика организации транспортных путешествий на международных маршрутах	
10.6 Требования к безопасности транспортных путешествий	
10.7 Новые виды экологически чистых транспортных средств	
<b>11. ЭКСКУРСИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ТУРИСТОВ</b>	
11.1 Классификация экскурсий	
11.2 Технология подготовки и проведения экскурсий	
<b>12. САМОДЕЯТЕЛЬНЫЙ ПОХОДНЫЙ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ</b>	
12.1 Классификация походов и путешествий по самодеятельным туристским маршрутам	
12.2 Организация походного и спортивного туризма	
<b>13. БИЗНЕС-ПЛАН ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ</b>	

14. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В ТУРИЗМЕ	
14.1 Типовые инвестиционные проекты в туризме	
14.2 Потенциальные ресурсы и источники инвестиций	
14.3 Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов	
15. СТРАТЕГИЯ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ	
15.1 Туристская реклама в Российской Федерации и за рубежом	
15.2 Нормативно-правовая база рекламного бизнеса в России	
15.3 Виды туристской рекламы и ее рейтинг	
15.4 Реклама и имидж туристской фирмы	
15.5 Правила проведения рекламной кампании туристской фирмы	
16. ПОРЯДОК ОБРАЗОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ	
16.1 Выбор организационно-правовой формы	
16.2 Протокол намерений участников (учредителей)	
16.3 Разработка проектов учредительных документов	
16.4 Проведение учредительного собрания	
16.5 Подготовка учредительных документов для регистрации	
16.6 Правовая регистрация фирмы	
16.7 Постановка предприятия на учет	
16.8 Последующие организационные процедуры	
16.9 Порядок ликвидации туристской фирмы	
17. ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ И СЕРТИФИКАЦИЯ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	
17.1 Лицензирование туристской фирмы	
17.2 Сертификация туристских предприятий	
17.3 Стандартизация в туризме	
18. СТРАХОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА	
19. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ	
19.1 Нормативно-правовая база договорных отношений	
19.2 Порядок возмещения убытков по неисполненному договору	
19.3 Специфика заключения договоров (контрактов) с зарубежными партнерами	
19.4 Взаимоотношения клиента с туристской фирмой	
19.5 Типовые договора, применяемые в различных сферах деятельности туристской фирмы	
19.6 Практические рекомендации по составлению договоров	
19.6.1 Основные правила составления договора	
19.6.2 Структура договора	
19.6.3 Примерный образец структуры и условий договора любого вида	



**Гуляев В.Г.**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Учебное пособие

Редактор - Ронинсон К.И.

Верстка - Медведев Б.М.

Художник - А. Самохина

Лицензия ЛР № 064480 от 04 марта 1996 г.

Подписано в печать 04.09.96.

Формат 60x90 1/16.

Печать офсетная. Бумага офсетная.

Гарнитура Прагматика.

Усл. печ. л. 20.

Тираж 10000 экз.

Заказ 699

Издательство "Нолидж".

г. Москва Новоданиловская наб., д. 9.

Отпечатано с готового оригинал-макета на  
Можайском полиграфическом комбинате.  
143200, Моск. обл., г. Можайск, ул. Мира, д. 93.