

О. Ю. ГРАЧЕВА, Ю. А. МАРКОВА,  
А. А. МИШИНА, Ю. В. МИШУНИНА

# ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА: **ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ТУРПРОДУКТА**

УЧЕБНО-  
ПРАКТИЧЕСКОЕ  
ПОСОБИЕ



Лариса Мишина

**Организация туристического  
бизнеса: технология  
создания турпродукта**

«Научная книга»

**Мишина Л. А.**

Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта / Л. А. Мишина — «Научная книга»,

В книге рассматриваются особенности туристического бизнеса в России, порядок образования туристической фирмы, разработка и выбор туристических программ. Раскрыты вопросы взаимоотношений турфирмы с клиентами и конкурентами, кадрового обеспечения и т. д. Книга будет интересна руководителям туристических фирм, бизнесменам, преподавателям, студентам, а также всем гражданам, желающим успешно провести отпуск и отдохнуть без каких-либо проблем.

© Мишина Л. А.

© Научная книга

## Содержание

Глава 1. Основы туризма	6
1.1. Понятие туризма	6
1.2. Виды туристской деятельности	10
1.3. Путешествия как активный отдых и оздоровление	14
1.4. Международный и внутренний туризм в условиях рыночных отношений. Тенденции развития	17
Глава 2. Порядок образования туристической фирмы	22
2.1. Разработка учредительных документов. Регистрация туристической фирмы. Устав фирмы	22
Конец ознакомительного фрагмента.	24

**О.Ю. Грачева, Ю.А. Маркова,  
Л.А. Мишина, Ю.В. Мишунина**  
**Организация туристического бизнеса:  
технология создания турпродукта**

Публикуется с разрешения правообладателя Литературного агентства «Научная книга»

# Глава 1. Основы туризма

## 1.1. Понятие туризма

Сегодня каждый имеет представление о таком явлении как туризм. Для одних туризм – это поездки в зарубежные страны, для других – отдых на море, для третьих – поход с рюкзаком в ближайший дремучий лес, душевные разговоры у костра и песни под гитару. И первые, и вторые, и третьи будут правы, поскольку туризм – явление разнообразное и обширное. Для большинства людей, которые не занимаются изучением туризма как отдельной дисциплины и видом бизнеса, способного приносить достаточно большую и стабильную прибыль, он скорее ассоциируется с путешествиями, совершаемыми ради отдыха. Однако несмотря на то, что путешествия и туризм – это два взаимосвязанных между собой понятия, описывающих специфическую деятельность человека, они имеют разные определения и ряд принципиальных различий. Следует также отметить, что, несмотря на кажущуюся простоту этих явлений, дать конкретные определения и указать различия между ними достаточно сложно.

Под **путешествием** понимается любое перемещение людей в пространстве. Человек, совершающий путешествие, независимо от того, какие цели он преследует, в каком направлении перемещается, какие средства передвижения использует и в течение какого времени, называется **путешественником**. А уже в зависимости от целей, средств передвижения, направления и других значимых и незначительных характеристик путешественники подразделяются на моряков, космонавтов, натуралистов и т. д. С древних времен человеку было свойственно стремление к овладению новыми землями, новыми ресурсами. Мореплаватели открывали новые земли, покоряли морские просторы, и на картах появлялись новые острова и континенты. Паломники стремились к распространению своей веры и религии, посещали святыне места для поклонения и защиты.

Таким образом, путешествие как способ жизнедеятельности известен с древних времен. Что касается туризма, то приблизительно до начала XIX в. ни в одном языке мира не существовало этого слова. По мнению итальянского экономиста Франко Палошиа, оно произошло от греко-латинского корня *torpos-tornus*, что в переводе означает «поездка, прогулка, путешествие». В мае 1904 г. в Италии была открыта первая выставка, посвященная туризму. Именно тогда в итальянском языке было официально закреплено прилагательное «туристический», образованное от слова «туризм».

Каково сегодняшнее понимание термина «туризм»? В чем заключается его сущность, и что отличает его от путешествия?

Безусловно, некоторые путешествия, совершившиеся еще в древние времена, могут быть отнесены к туризму. Однако рождение туризма в современном его понимании произошло не ранее середины XIX в. Связано оно с именем известного баптистского пастора Томаса Кука. Сегодня он считается основоположником современного туризма. В 1843 г. Т. Кук организовал первую экскурсию в соседний город для своей паствы. Позже экскурсионное дело переросло в успешный бизнес.

В словаре иностранных слов можно встретить определение, согласно которому **туризм** (фр. *tourism* от фр. *tour* – «путешествие, поездка») – путешествия, совершаемые с целью отдыха и познания различных областей своей страны или других стран и сочетаемые в ряде случаев с элементами спорта<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Локшина С.М. Краткий словарь иностранных слов. М.: Сов.энцикл., 1971. 463 с.

В 1954 г. Организация Объединенных Наций (ООН) определяла понятие туризм как активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, проводимый за пределами постоянного места жительства.

В 1993 г. Статистической комиссией ООН были внесены поправки в определение туризма. Согласно этим поправкам **туризм** – это деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями. На сегодняшний день именно это определение туризма является наиболее распространенным и легализованным во многих странах мира.

**Туризм** – это путешествие за пределы постоянного места жительства с любой целью кроме заработка и смены постоянного места жительства, а также удовлетворение общественных потребностей (рекреационных, деловых, политических, образовательных и др.), связанных с необходимостью перемещения в пространстве масс людей<sup>2</sup>.

В статье 1 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм определяется как временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Можно сказать, что туризм – это новая форма путешествия, его частный случай. Он обладает четко выраженными характеристиками и свойствами. Основное отличие туризма от путешествия – это *наличие четкой (определенной) цели*.

Если рассматривать мотивы, побуждающие туристов совершать путешествия, то целей может быть достаточно много. Однако необходимо понимать, что в любом путешествии (и только при этом условии можно говорить о нем, как о туристическом путешествии) существует одна главная цель. Эта цель является приоритетной для туриста, и достижение (или не достижение) именно ее является основой для принятия решения относительно результативности всего туристического путешествия.

Наличие именно одной главной, приоритетной цели характеризует туризм как особый вид деятельности, отличный от путешествия.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» при определении туризма говорит о шести основных целях: оздоровительной, рекреационной, познавательной, профессионально-деловой, спортивной и религиозной.

Рассмотрим каждую из них более подробно.

**1. Оздоровительная цель.** Одна из основных целей туризма, которая, прежде всего, направлена на отдых, оздоровление и лечение.

**2. Рекреационная цель.** Рекреация – это деятельность, направленная на восстановление физических и психических сил человека.

**3. Познавательная цель.** Для человека всегда было свойственно стремление к знаниям и изучению нового. Туризм позволяет совмещать отдых с познавательной деятельностью, изучением культуры и истории других народов и стран.

**4. Профессионально-деловая цель.** Речь идет о поездках, связанных с участием в различных семинарах, конференциях и конгрессах, профессиональным обучением и стажировками. Необходимо отметить, что в случае, если продолжительность обучения или стажировки в другой дестинации имеет более 6 месяцев, то данная деятельность не будет относиться к туризму. Это связано с тем, что, согласно иммиграционному праву, человек, пребывающий в

---

<sup>2</sup> Арефьев В.Е. Введение в туризм: учебное пособие для студентов географического факультета. Барнаул: изд-во АГУ, 2002. 282 с.

стране более 183 дней (6 месяцев) считается постоянно проживающим, а следовательно, такой человек не может считаться туристом.

**5. Спортивная цель.** Под ней понимаются путешествия профессиональных спортсменов и сопровождающего их персонала для участия в различных соревнованиях, а также путешествия спортсменов-любителей и болельщиков.

**6. Религиозная цель.** Подразумевает осуществление паломничества, а также путешествия для изучения различных религий и культов, участия в мероприятиях, связанных с религией.

Следует отметить двойственную внутреннюю природу туризма. Подобная природа заключается в том, что туризм, с одной стороны, представляет собой особый целенаправленный массовый и ограниченный во времени род путешествий, а с другой – это род деятельности по организации и осуществлению названных путешествий.

Учитывая данную особенность, мотивы и цели можно разделить на те, что преследуют непосредственно туристы, и те, что ставят перед собой организаторы туризма (государство, негосударственные структуры и население).

Таким образом, туризм, – прежде всего, экономическая категория, поскольку он непосредственно связан с продажей услуг туристам, получением от этого доходов, созданием рабочих мест. Сегодня туризм является одной из лидирующих экспортных отраслей экономики во всем мире, уступая по доходам, пожалуй, лишь нефтедобывающей промышленности. Некоторые государства, такие как Кипр, Малайзия, Таиланд, живут и развиваются в основном только за счет туризма, который является их фундаментальной отраслью экономики. Во многих странах туризм оказывает огромное влияние на формирование валового внутреннего продукта, создает большое число дополнительных рабочих мест, обеспечивает занятость населения. Туризм стал неким катализатором социально-экономического развития, поскольку имеет большое значение для таких экономических отраслей, как связь, транспорт, строительство, производство товаров народного потребления, сельское хозяйство и других.

Быстрые темпы развития туризма, объемы валютных поступлений, оказывающие влияние на вышеуказанные отрасли экономики, приводят к формированию **туристской индустрии** – взаимосвязанной системы предприятий и предпринимателей, которые обеспечивают туристов всеми необходимыми в процессе туризма услугами, товарами и работами. В статье 1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под **туристской индустрией** понимается совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

Все указанные организации должны дополнять друг друга, предоставлять потребителю различный ассортимент качественных услуг в необходимом количестве.

Помимо того что туризм является важной отраслью экономики, это еще и важная часть жизни людей. Благодаря туризму у людей существует возможность рационально использовать свободное время, повышать образовательный уровень, изучать культуру своей страны и зарубежных государств, знакомиться с новыми людьми, расширять свой кругозор.

**Определение и исследование сущности туризма позволяют сформулировать его основные функции, к которым относятся:**

1) обогащение социально-экономической инфраструктуры и межрегионального сотрудничества стран, государств и народов;



- 2) помощь человеку в восстановлении сил и трудоспособности. Туризм также способствует восстановлению психофизиологических ресурсов общества;
- 3) увеличение занятости населения, и как следствие улучшение жизненного уровня населения;
- 4) организация досуга населения, возможность более рационального использования свободного времени;
- 5) повышение культурного и образовательного уровня населения;
- 6) распространение культурных ценностей.

## 1.2. Виды туристской деятельности

Ранее рассматривалась дуалистическая внутренняя природа туризма, говорилось о том, что, с одной стороны, туризм – это особый род путешествий, а с другой – род деятельности по организации и осуществлению этих путешествий.

В сфере туризма сегодня существует два основных вида предприятий, которые занимаются организацией туризма – это туроператор и турагент.

Под **туристской деятельностью** понимается туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий (ст. 1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Туроператорская деятельность** – деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее – туроператор) (ст. 1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

**Туристский продукт** – это комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Комплекс различных услуг, связанных с размещением, перевозкой, питанием туристов, с экскурсиями и услугами гидов-переводчиков, в зависимости от целей путешествия, называется **туром**.

Таким образом, **туроператор** – это юридическое лицо, занимающееся формированием туристского продукта, продвижением этого продукта на рынок и его реализацией.

В соответствии с положениями ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» деятельность туроператора будет считаться законной только в случае внесения данных о туроператоре в федеральный реестр, что будет производиться на основании заявления туроператора и наличия банковской гарантии о финансовом обеспечении.

Особое внимание следует обратить на **финансовое обеспечение туристской деятельности** в РФ. Так, в период времени с 1 июня 2007 г. по 1 июня 2008 г. размер финансового обеспечения, определяемый в договоре страхования ответственности туроператора или в банковской гарантии, не может быть менее:

1) 5 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма;

2) 500 тысяч рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма;

3) 5 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего и международного туризма (см. Федеральный закон от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”»).

С момента вступления в силу положений ст. 17.2 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», т. е. с 1 июня 2008 г., размер финансового обеспечения определяется в договоре страхования ответственности туроператора или в банковской гарантии и не может быть менее:

1) 10 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма;

2) 500 тысяч рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма;

3) 10 миллионов рублей – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего и международного туризма.

Основной функцией туроператора является *исследование потребностей потенциальных туристов*. На основании изучения этих потребностей туроператор составляет пакет услуг, который в наибольшей степени соответствует им. От того, насколько успешно сформирован туристский продукт, будет зависеть его дальнейшая судьба – будет ли он продан, останется ли потребитель (турист) доволен. В случае недовольства клиента возможны различные неприятности по удовлетворению поступающих жалоб и претензий, что может привести к судебному разбирательству и даже уходу с туристического рынка.

Туроператор выполняет посредническую и организаторскую деятельность. Посредничество осуществляется между туристом и исполнителями различных услуг. Другими словами, туроператор осуществляет деятельность по заключению договоров с отелями, организаторами перевозок, питания, экскурсий и т. д. Несмотря на то, что туроператор совершает оптовые покупки различных услуг и занимается их дальнейшей реализацией, его деятельность нельзя приравнять к работе обычного продавца. Это особый вид деятельности, поскольку туроператор не просто совершает оптовые покупки каких-либо услуг, он формирует из множества этих услуг свой собственный уникальный продукт и уже именно его реализует на туристическом рынке.

Туроператор является организатором туристского продукта и берет на себя ответственность перед туристом за его исполнение.

Сегодня любой человек, решившийся на туристическое путешествие при наличии достаточного количества времени, денег и ряда других возможностей, способен сам оформить загранпаспорт (если это необходимо), забронировать номер в отеле, гостинице, заказать билет на перевозку (самолет, поезд, автобус и т. д.). Но, несмотря на это, туроператоры успешно продолжают свою деятельность и получают прибыль.

Можно выделить несколько причин, по которым потребитель (турист) отдает предпочтение туроператорам. К таким причинам можно отнести следующие.

1. Отсутствие у потребителей свободного времени. Оформление паспортов, бронирование номеров и другие мероприятия, совершаемые перед отправлением в путешествие, требуют достаточно много времени. Поэтому, желая сэкономить время и избежать ненужной суеты, проще обратиться к посреднику, т. е. туроператору. У всех туроператоров существуют отработанные технологии выполнения заказа. Сотрудники туроператора знают какие необходимы документы, как они заполняются и т. д.

2. Желание сэкономить материальные средства. Туроператор чаще всего организует групповые туры, поэтому цены в таких турах значительно ниже, чем при индивидуальном обслуживании туристов.

3. Незнание дестинации. **Дестинация** – это другая местность, отличная от места постоянного проживания, например, другая страна. Безусловно, любой человек может купить путеводители, книги, изучить карты и исследовать другие, интересующие его вопросы, относительно определенной дестинации. Но это требует определенных временных и материальных затрат. Туроператор в любом случае знает, где лучше остановиться, где пообедать, что посетить и т. д.

Можно выделить и другие причины, из-за которых турист обращается к туроператору, например, незнание языка, желание обезопасить свое пребывание в незнакомом месте и др. Однако возможность сэкономить деньги и время, избежать суеты и хлопот является основной для большинства людей.

В зависимости от вида деятельности туроператоров разделяют на операторов массового рынка и специализированных операторов.

**Операторы массового рынка** занимаются продажей турпакетов с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма.

**Специализированные операторы** поставляют определенный продукт туристического рынка, т. е. работают в конкретном направлении. Речь идет о туроператорах определенной клиентуры (школьники, бизнесмены и т. д.), вида транспорта (поезда, автобусы и т. д.), специального места назначения (поездки в Турцию, Болгарию и т. д.) и др.

В зависимости от места деятельности можно говорить о следующих видах туроператоров:

1) **местные туроператоры**: маршруты, составлением которых они занимаются, не выходят за пределы страны проживания;

2) **выездные туроператоры**: занимаются формированием турпакетов в зарубежные страны;

3) **туроператоры на приеме**: обслуживают прибывающих туристов в стране, отличной от места их проживания.

Также туроператоров делят на инициативных и рецептивных.

**Инициативные туроператоры** занимаются отправкой туристов в другую страну или регион, имея договоренность с рецептивными операторами или непосредственно с туристическими предприятиями.

**Рецептивные туроператоры** занимаются приемом туристов и их обслуживанием, используя прямые договоры с поставщиками туристических услуг.

Полезно знать и само определение **турагентской деятельности**. Согласно положениям ст. 1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» это деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

**Турагент** – это организация, являющаяся посредником между туроператором и клиентом (туристом).

На туристическом рынке агентства могут выполнять различные виды деятельности.

1. Турагент может играть роль продавца определенного туроператора. Другими словами, он может продавать тур от лица туроператора и по его поручению.

2. Турагент может продавать туры от своего лица, указывая лишь то, что продаваемый им туристский продукт является принадлежностью определенного туроператора. В данном случае, турагент несет ответственность за продаваемый турпродукт, и в случае возникновения жалоб и претензий именно он будет являться ответчиком в суде.

3. Турагент может продавать турпродукт как собственный, без указания принадлежности его к определенному туроператору. В данном случае турагент является оптовиком по приобретению турпродукта у туроператора, т. е. он сам является туроператором со всей мерой ответственности за продаваемый продукт.

Между турагентом и туроператором или турагентом-оптовиком заключается договор агентирования. В этом договоре описываются формы взаимодействия между сторонами, формы финансовых расчетов. Также в договоре указываются меры ответственности за турпродукт каждой из сторон.

В случае, когда турагент является только посредником между туроператором и клиентом (туристом), ответственность, возложенная на него за продаваемый туристский продукт будет ограниченной. Турагент является продавцом (это указывается в договоре агентирования) и ответственность за турпродукт возлагается на туроператора. В случае же, когда турагентство берет на себя роль туроператора, именно оно несет всю ответственность за продаваемый продукт.

**Турагентство** – это организация, которая работает непосредственно на туристическом рынке. Оно занимается розничной продажей туров. Причем продаваться могут не только готовые туры. Турагентство может продавать отдельные туристические услуги, такие как бронирование, перевозки, питание и иные. Также продаваться может целый комплекс различных услуг, при этом совершенно не обязательно, что они (услуги) будут входить в единый пакет.

**Существуют основные различия между туроператором и турагентом .**

Туроператор формирует тур, определяет цены и политику скидок. Турагент, являясь посредником между туроператором и туристом, реализуя туристский продукт от лица оператора, получает комиссионные (около 10%).

### 1.3. Путешествия как активный отдых и оздоровление

Социальное общество устроено так, что практически каждый взрослый человек занимается трудовой деятельностью. Безусловно, любому работодателю выгодно, чтобы его сотрудник обладал хорошим здоровьем, ведь от состояния здоровья напрямую зависит работоспособность.

В пункте 5 ст. 37 Конституции Российской Федерации, принятой на всенародном голосовании 12 декабря 1993 г., говорится о том, что каждый человек имеет право на отдых. Работающему по трудовому договору гражданину гарантируются установленные Трудовым кодексом Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ТК РФ) продолжительность рабочего времени, выходные и праздничные дни, оплачиваемый ежегодный отпуск.

Согласно ст. 115 ТК РФ каждому работнику должен быть ежегодно предоставлен основной оплачиваемый отпуск продолжительностью 28 календарных дней.

**Отдых** – это процесс, заключающийся в восстановлении физической и умственной работоспособности. Процесс отдыха протекает в условиях прекращения деятельности, которая вызвала утомление. Отдых является обязательным условием для сохранения и укрепления здоровья, он способствует восстановлению физических и духовных сил, а следовательно, делает человека активным и работоспособным.

Существует два вида отдыха – активный и пассивный.

Под **пассивным отдыхом** понимается прекращение деятельности, вызвавшей утомление, и дальнейший физический покой организма.

**Активный отдых** – это прекращение утомляющей деятельности и переключение активности организма на другой вид деятельности.

Туризм представляет собой один из видов активного отдыха.

Следует отметить, что каждый человек самостоятельно принимает решение относительно того, какой вид отдыха ему подходит. Основными критериями при выборе того или иного способа являются: потребности и интересы человека, его физические особенности и финансовые возможности.

Например, в западных странах, где уровень жизни большинства людей значительно выше, чем в России, распространенным видом отдыха является тур выходного дня. В России человек заранее планирует время туристического путешествия и, как правило, дождавшись отпуска и накопив денег, отправляется в поездку в среднем на 7-12 дней.

В результате туристического путешествия человек получает комплекс положительных эмоций, что ведет к восстановлению сил. Таким образом, туризм полностью отвечает основной цели отдыха и, следовательно, является его видом.

Согласно определению, **туризм** – это путешествия в рекреационных, лечебно-оздоровительных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях.

**Рекреационный туризм** является особым видом туризма, основной целью которого является восстановление сил человека посредством путешествия. Следствием данного вида отдыха является снятие усталости, повышение работоспособности, улучшение общего самочувствия человека и его настроения.

В основу рекреационного туризма положено использование ресурсов отдыха и туризма в восстановительных целях. К ним относятся не только природные, но и антропогенные объекты. Рекреационные ресурсы разделяют на природно-рекреационные и культурно-исторические.

К **природно-рекреационным ресурсам** относятся побережья различных водоемов, леса, горы и т. д.

**Культурно-исторические достопримечательности** – это различные исторические памятники, произведения искусства, археологии и архитектурные сооружения.

Если в основу классификации положить характер использования человеком рекреационных ресурсов, то можно выделить четыре типа ресурсов:

- 1) рекреационно-лечебные (минеральные воды, грязевые источники);
- 2) рекреационно-оздоровительные (купально-пляжные местности, хвойные леса);
- 3) рекреационно-спортивные (базы горнолыжного отдыха);
- 4) рекреационно-познавательные (различные исторические памятники, тематические парки).

Поскольку личность каждого человека индивидуальна, и восстановление каждого человека происходит благодаря использованию различных ресурсов, необходимо понимать, что программа туризма в целях рекреации должна включать в себя отдых, различные развлекательные и познавательные мероприятия и другие мероприятия, способные удовлетворить потребности отдыхающих. Как правило, данный вид туризма характеризуется использованием авиаперевозок и небольшим количеством посещаемых мест.

**Лечебно-оздоровительный туризм** – это вид туризма, направленный на лечение и оздоровление. Здесь обязателен индивидуальный подход к каждому клиенту, в зависимости от состояния здоровья и потребностей конкретного человека к конкретному способу лечения и оздоровления. Как правило, это достаточно длительный отдых (в среднем 24-28 дней), осуществляемый преимущественно на курортах, в санаториях, домах отдыха. Этот вид туризма характеризуется использованием авиаперевозок и нахождением туриста в одном месте пребывания с возможными экскурсионными выездами.

В основу лечебно-оздоровительного туризма положены природно-рекреационные ресурсы. К ним относятся: климат, минеральные воды, грязевые источники, морская вода и др. В местах вышеуказанных ресурсов располагаются санатории и курорты, где и происходит оздоровление и лечение туристов с помощью климатотерапии (лечение климатом), бальнеотерапии (лечение минеральными водами), пелоидотерапии (грязелечение) и т. д.

**Туризм с целью отдыха** отличается большим разнообразием используемых туристических ресурсов, способов перевозки, продолжительностью и количеством мест пребывания. Программы поездок с целью отдыха разнообразны и включают в себя различные способы развлечения и проведения досуга.

Туризм как отдых разделяется на активный и пассивный. В основу этого деления положены используемые средства передвижения и активность туриста в процессе путешествия.

Рассмотрим все существующие группы.

1. Первая группа – туристы, предпочитающие спокойный отдых. Такими людьми движет желание отойти от повседневных забот и трудностей, отдохнуть в спокойной обстановке. Как правило, они не любят большого скопления народа, используют средства быстрого передвижения (авиаперевозки) и предпочитают одно место отдыха (курорт, база отдыха).

2. Вторая группа – туристы, предпочитающие активный отдых и яркие впечатления. Это активные и предприимчивые люди, стремящиеся к разнообразию и развлечениям.

3. Третья группа – туристы, предпочитающие активный отдых. Эти люди хотят быть в гармонии с природой, предпочитают находиться на свежем воздухе и давать себе определенную нагрузку (волейбол, рыбалка).

4. Четвертая группа – туристы, предпочитающие спортивный отдых. Это туристы, для которых спорт является хобби. Такие люди стремятся к местам различных спортивных любительских соревнований, любят нагрузки и движение.

5. Пятая группа – туристы, предпочитающие приключения. Это туристы-одиночки, любящие приключенческий туризм, риск и возможность испытать себя.

6. Шестая группа – туристы, предпочитающие познавательную деятельность. Для данного вида туристов главное – повысить уровень своего образования. Ими движет желание самим увидеть то, о чем они когда-то слышали или читали, их интересуют исторические памятники и другие культурные достопримечательности.

Активный туризм – это интенсивная деятельность человека в процессе отдыха, например, развлечения, спортивные нагрузки. К подобному туризму относятся различные туры, связанные с посещением экзотических мест, охота, рыбалка и т. д.

Пассивный туризм – это деятельность человека в процессе отдыха, которая не требует сильных физических нагрузок. Программы туров пассивного туризма больше ориентированы на физический отдых и познавательную деятельность. Подобные туры могут быть рассчитаны на семейные пары с детьми или пенсионеров.



## 1.4. Международный и внутренний туризм в условиях рыночных отношений. Тенденции развития

Следует помнить, что туризм не только имеет важную социальную направленность, но и является важной экономической категорией.

Экономическая сущность туризма заключается в том, что он представляет собой реализацию определенного товара. Товаром в данном случае является тур или комплекс услуг (услуги по размещению, питанию, перевозке, различные бытовые услуги, экскурсионные и др.), которые объединены на основе главной цели путешествия. Помимо услуг, приобретаемых в комплексе или отдельно, туристы могут приобретать еще и различные товары туристического назначения (карты, путеводители, разговорники, сувениры, открытки и т. д.). Совокупность всех услуг и товаров туристического назначения образует *туристский продукт*.

Экономическая суть туризма заключается в продаже туристского продукта и получении выгоды от туристской деятельности для экономики страны или отдельного региона. Основные выгоды состоят в:

- 1) увеличении местного дохода;
- 2) создании большого количества новых рабочих мест;
- 3) увеличении валютных поступлений;
- 4) развитии отраслей, связанных с производством туристических услуг.

По характеру перемещения туристов относительно места своего постоянного проживания можно выделить три типа туризма: въездной, выездной и внутренний.

**Въездной туризм** – это туристская деятельность и обслуживание иностранных туристов на территории своей страны.

Согласно ст. 1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» **въездной туризм** – это туризм в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в России.

**Выездной туризм** – это туристская деятельность и обслуживание туристов своей страны на территории другой страны. Это туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну.

**Внутренний туризм** – это туристская деятельность и обслуживание туристов своей страны на территории этой страны. Это туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

Взаимодействие типов туризма между собой позволяет выделить три вида туризма:

- 1) **международный туризм** – это сочетание въездного и выездного туризма;
- 2) **национальный туризм** – это сочетание внутреннего и выездного туризма;
- 3) **туризм в пределах одной страны** – это внутренний туризм.

Темпы и направления развития туризма во многом зависят от политического и экономического положения в государстве.

Рассматривая вопрос развития туризма в России, начиная с периода СССР, можно выделить пять основных этапов.

**Просветительский этап** (до 90-х гг. XIX в.) – это период развития горного туризма, начало экскурсионной деятельности, лечебно-оздоровительного отдыха. В этот период появились первые туристические фирмы, например, в Петербурге в 1885 г. было образовано предприятие Леопольда Липсона.

**Предпринимательский этап** (1890–1920 гг.) – это период элитарного туризма, становление и развитие различных видов спортивного туризма (пешеходный туризм, путешествия по воде и на велосипеде). В этот период появились разнообразные туристические организа-

ции, клубы и общества. Для этого периода характерна познавательная-экскурсионная направленность. Было положено начало развитию планового туризма.

**Организационно-направленный этап** (20–60-е гг. XX в.) – это период централизации туризма. Было положено начало развитию самостоятельного (самостоятельного) туризма. На рассматриваемом этапе развития в туризме социальная направленность преобладала над экономической.

**Административно-нормативный этап** (1970–1990 гг.) – это период жесткого планирования и нормирования туризма. На данном этапе наблюдалось развитие планового и социального туризма. Были образованы крупные гостиничные комплексы.

**Переходный этап** (начало 90-х гг. XX века – наши дни) – это период, характеризующийся переходом от административного регулирования в туризме к экономическому стимулированию. Большое значение для развития туризма имели реформы (начиная с 1991 г.) и переход к рыночным отношениям.

**Основными принципами рыночной экономики являются:**

- 1) свободный и добровольный обмен товарами и услугами;
- 2) безраздельная собственность на право торговли;
- 3) наличие механизмов обеспечения соблюдения законодательства.

Соблюдение названных принципов приводит к конкуренции, что составляет суть (основу) рыночной экономики.

Туристический рынок представляет собой сферу экономических (товаро-денежных), юридических и социальных отношений между производителями и потребителями туристского продукта.

В условиях рыночных отношений основной фигурой является предприниматель. Благодаря появлению законодательной базы и переходу туризма в сферу предпринимательской деятельности, туризм в России получил благоприятные условия для дальнейшего развития на мировом рынке туристических услуг. Развитие туризма в России, как и в любой другой стране, приводит к тому, что он становится доступным все более широкому слою населения и тем самым приобретает массовый характер. Переход российской экономики к рыночным отношениям способствовал выходу российского туризма на мировой рынок.

**Международный туризм** – это деятельность, направленная на осуществление туризма жителями одной страны на территории другой.

Поскольку туризм с момента становления превратился в отдельную отрасль, он имеет определенные характеристики, которые являются показателями степени развития туризма, его влияния на экономику.

**Основными показателями состояния и развития международного туризма являются:**

- 1) число туристов, посетивших зарубежные страны (туристические прибытия);
- 2) денежные поступления от туризма.

Отдел статистики Всемирной Туристической Организации (ЮНВТО – ведущая международная организация в области туризма, создана 2 января 1975 г.) ежегодно публикует статистику состояния и развития мирового международного туризма.

Поскольку международный туризм – это туризм въездной и выездной, то имеет смысл рассмотреть влияние каждого из этих двух типов туризма на экономику государства.

**Въездной туризм** является более выгодным направлением развития международного туризма. Эта выгода, прежде всего, заключается в том, что иностранный турист (лицо, путешествующее с целью туризма в другую страну, не являющуюся страной его обычного местожительства и находящуюся за пределами его обычной среды, на срок не менее 24 часов, без занятия оплачиваемой деятельностью), посещая определенную страну, ввозит иностранную валюту. Соответственно, происходит увеличение государственного бюджета за счет денег дру-

ного государства. К тому же, появляется большое количество новых рабочих мест в различных областях индустрии туризма, что обеспечивает занятость населения и влияет на повышение уровня жизни страны в целом. В таблице 1 показана динамика развития въездного туризма России.

Таблица 1

**Динамика развития въездного туризма России**

<b>Регион</b>	<b>Количество туристов, въехавших в страну, тыс. чел.</b>				
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>Всего</b>	3106	3152	2861	2385	2433
Польша	980	956	354	133	234
Германия	287	289	351	314	329
Китай	267	203	284	204	157
Финляндия	230	242	243	276	148
США	110	126	181	157	225
Франция	80	119	141	109	103
Италия	102	114	125	125	116
Эстония	44	54	74	65	65

**Выездной туризм** в данном плане является менее выгодным для экономики страны, прежде всего, из-за вывоза туристами капитала за пределы этого государства. Доход государства от выездного туризма составляют налоги, получаемые от туристических организаций, осуществляющих отправку туристов за рубеж, и от сферы перевозки. Новые рабочие места – это опять же места только в сфере перевозки и в сфере организации отправки. Остальные отрасли, включенные в туристическую индустрию, остаются при данном типе туризма, как правило, незадействованными.

С другой стороны, если выездной туризм имеет массовый характер, то доходы от него могут быть довольно значительными. Так, например, в Венгрии каждый житель страны (не учитывая младенцев и престарелых людей) путешествует за рубеж два раза в год. В России зарубежные поездки могут позволить себе лишь два процента населения<sup>3</sup>. Прежде всего, это связано с недостаточным уровнем материального обеспечения основной части населения, которая не имеет финансовых возможностей для подобных поездок.

Однако несмотря на то, что уровень жизни населения России ниже в сравнении со многими зарубежными странами, выездной туризм постепенно развивается, о чем свидетельствует увеличение числа путешествующих туристов (табл. 2).

Таблица 2

**Динамика развития выездного туризма России**

<sup>3</sup> Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб., Герда, 2002, 320 с.

<b>Регион</b>	<b>Количество туристов, въехавших в страну, тыс. чел.</b>				
	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>Всего</b>	5051	5678	6557	6785	7753
Турция	690	1038	1446	1563	1476
Египет	239	368	586	696	903
Финляндия	406	327	377	391	563
Китай	617	688	941	1152	1307
Испания	228	168	191	219	246
Италия	149	119	56	206	245
Германия	209	278	256	230	225
Греция	89	91	100	146	199
ОАЭ	173	146	175	106	171

Большинство российских туристов по-прежнему отдает предпочтение недорогому отдыху в странах с благоприятным теплым климатом, поскольку вопрос экономии для них является существенным. В таблице 3 приведены направления, наиболее популярные среди российских туристов. Немаловажное значение для развития экономики и туристической сферы имеет **внутренний туризм**.

Таблица 3

**Наиболее популярные направления у российских туристов в 2006 г.**

<b>Страна</b>	<b>Процент от общего числа выехавших туристов</b>
<b>Выехало всего</b>	7753 тыс. чел.
Турция	19
Китай	16,8
Египет	11,6
Китай	7
Испания	3
Италия	3
Германия	2,9
Греция	2,6
ОАЭ	2,2
Все другие страны	25,3

Во-первых, благодаря внутреннему туризму происходит перераспределение капитала страны между различными регионами, однако этот капитал всегда остается в пределах страны, что, в свою очередь, стабилизирует национальную экономику.

Во-вторых, за счет совершенствования внутреннего туризма происходит развитие других отраслей, связанных с туризмом (туристическая индустрия), что также благоприятно сказывается на экономике страны. К тому же, развивающиеся за счет внутреннего туризма индустрии

ствия и инфраструктура туризма могут быть использованы для обеспечения международного (въездного) туризма.

В-третьих, развитие внутреннего туризма способствует образованию новых рабочих мест и обеспечивает занятость населения.

Несмотря на значимость развития внутреннего туризма, российские туроператоры в большей своей части все же ориентированы на выездной туризм. Прежде всего, это связано с тем, что туристы России предпочитают выезжать за рубеж, поскольку считают, что в зарубежных странах с более организованным и высококачественным обслуживанием их потребности и требования удовлетворяются лучше, чем в пределах России.

Вообще, следует отметить, что для гармонично развивающегося туризма характерно наличие баланса между внутренним и въездным туризмом. Однако это не относится к тем странам, экономика которых ориентирована на туризм (например, Таиланд), поскольку практически все население, способное путешествовать, в таких странах занято работой в туризме и не имеет свободного времени для поездок.

К недостаткам, которые способны тормозить развитие туризма в пределах одной страны, относятся:

- 1) политическая нестабильность страны;
- 2) несоответствие дорожно-транспортной инфраструктуры международным стандартам;
- 3) завышенные цены на обслуживание, несоответствующие их реальному уровню;
- 4) несоответствие материально-технической базы международным стандартам;
- 5) несовершенство законодательного и экономического стимулирования туризма на уровне государства;
- 6) низкий уровень обслуживания;
- 7) низкий имидж страны.

Ежегодная статистика ЮНВТО свидетельствует о продолжении роста и развития сферы мирового международного туризма. Все большее число людей вовлекается в эту сферу. Согласно данным ЮНВТО, число туристических прибытий (оценивается по числу прибывших зарегистрированных туристов) ежегодно увеличивается. С 2004 г. сохраняется положительная тенденция развития. В 2006 г. число туристических прибытий составило 842 млн человек и увеличилось на 21,8% – по сравнению с 2003 г., на 4,5% по сравнению с 2005 г. (по предположениям ЮНВТО, прирост должен был составить 4,1%).

Развитие туризма приводит не только к увеличению числа туристов, но и к увеличению поступлений от туризма.

Устойчивый рост сферы туризма, наблюдаемый с 2004 г., согласно прогнозам ЮНВТО, сохранится и в дальнейшем. Предположительно, рост международных прибытий в 2007 г. составляет не менее 4,5%, а это около 880 млн человек.

В соответствии с прогнозом ЮНВТО, к 2020 г. Россия должна войти в десятку ведущих стран мира по объему международных туристических поездок.

## Глава 2. Порядок образования туристической фирмы

### 2.1. Разработка учредительных документов.

#### Регистрация туристической фирмы. Устав фирмы

В соответствии с положениями ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», фирма-туроператор обязательно должна быть зарегистрирована как юридическое лицо, а фирма-турагент может регистрироваться как юридическое лицо или как индивидуальный предприниматель.

Рассмотрим **особенности образования туроператорской и турагентской фирм**. Фирма-туроператор (туроператор) является коммерческой организацией. В соответствии с п. 2 ст. 50 Гражданского кодекса Российской Федерации туроператор может создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий. Наиболее практичным и оптимальным будет являться создание туроператора в форме общества с ограниченной ответственностью (ООО) или в форме акционерного общества (ЗАО или ОАО). Деятельность туроператора (создание, реорганизация и ликвидация), а также требования к учредительным документам регламентируются ГК РФ; механизм действия того или иного туроператора прописывается в Федеральных законах (Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» и Федеральный закон от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах»).

Независимо от формы образования туроператора, он обязан разрабатывать учредительные документы, к которым относятся устав фирмы и учредительный договор. В соответствии с п. 1 ст. 52 ГК РФ юридическое лицо действует на основании устава, либо учредительного договора и устава, либо только учредительного договора. Если учредителем туроператора является один человек, то такое юридическое лицо действует на основании устава, утвержденного этим учредителем. Требованием к учредительным документам юридического лица является внесение следующих сведений:

- 1) наименование юридического лица;
- 2) место его нахождения;
- 3) порядок управления его деятельностью;
- 4) другие сведения, предусмотренные законодательством для юридических лиц соответствующего вида (п. 2 ст. 52 ГК РФ).

В учредительном договоре учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ему своего имущества и участия в его деятельности. Также в учредительном договоре указываются условия и порядок распределения между учредителями прибыли и убытков, управления деятельностью туроператора и выхода участников договора из состава учредителей.

**Общество с ограниченной ответственностью.** Общество, учрежденное одним или несколькими лицами, уставной капитал которого разделен на доли, а размер этих долей определен учредительными документами, признается обществом с ограниченной ответственностью; участники такого общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов (п. 1 ст. 87 ГК РФ).

В соответствии с п. 3 ст. 7 ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» число участников общества не должно быть более пятидесяти.

Учредительными документами ООО являются учредительный договор и устав, при условии, что учредителей больше одного. Если ООО учреждается одним лицом, то учредительным документом является только устав, утвержденный этим лицом.

В соответствии с п. 1 ст. 12 ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» в учредительном договоре учредители общества обязуются создать общество и определяют порядок совместной деятельности по его созданию. Учредительным договором определяется следующее:

- 1) состав учредителей (участников) общества;
- 2) размер уставного капитала общества и размер доли каждого из учредителей общества;
- 3) размер и состав вкладов;
- 4) порядок и сроки внесения этих вкладов в уставной капитал общества при его учреждении;
- 5) ответственность учредителей (участников) общества за нарушение обязанности по внесению вкладов;
- 6) условия и порядок распределения между учредителями (участниками) общества прибыли;
- 7) состав органов общества и порядок выхода участников общества из общества.

**Устав общества с ограниченной ответственностью должен содержать следующие пункты:**

- 1) полное и сокращенное фирменное наименование общества;
- 2) сведения о месте нахождения общества;
- 3) сведения о составе и компетенции органов общества, в том числе о вопросах, составляющих исключительную компетенцию общего собрания участников общества, о порядке принятия органами общества решений, о вопросах, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов;
- 4) сведения о размере уставного капитала общества;
- 5) сведения о размере и номинальной стоимости доли каждого участника общества;
- 6) права и обязанности участников общества;
- 7) сведения о порядке и последствиях выхода участника общества из общества;
- 8) сведения о порядке перехода доли (части доли) в уставном капитале общества к другому лицу;
- 9) сведения о порядке хранения документов общества и о порядке предоставления обществом информации участникам общества и другим лицам;
- 10) иные сведения, не противоречащие законодательству Российской Федерации (п. 2 ст. 12 ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

**Акционерное общество (ОАО и ЗАО).** Общество, уставной капитал которого разделен на определенное число акций, признается **акционерным обществом**. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (п. 1 ст. 96 ГК РФ). В соответствии с п. 1 ст. 98 ГК РФ, между учредителями акционерного общества в письменной форме должен быть заключен договор о создании акционерного общества. Этот договор определяет порядок осуществления учредителями совместной деятельности по созданию общества, размер его уставного капитала, категории выпускаемых акций и порядок их размещения и другие условия, предусмотренные ФЗ «Об акционерных обществах».

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.