

А.С. Кусков, Н.В. Сирик

ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рекомендовано
Экспертным советом УМО в системе ВО и СПО
в качестве **учебника** для студентов,
обучающихся по направлению подготовки «Туризм»

BOOK.ru
ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНАЯ СИСТЕМА

КНОРУС • МОСКВА • 2018

УДК 338.48.65.01(075.8)

ББК 65.433-2я73

К94

Рецензенты:

Е.С. Сахарчук, декан факультета туризма и гостеприимства Российского государственного университета туризма и сервиса, канд. пед. наук, доц.,

С.А. Щербакова, заведующая кафедрой географии и туризма Смоленского гуманитарного университета, канд. геогр. наук, доц.

Кусков, Алексей Сергеевич.

К94 Технологии организации туроператорской деятельности : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КНОРУС, 2018. — 384 с. — (Бакалавриат).

ISBN 978-5-406-05925-8

Даются теоретические и организационно-правовые основы туроперейтинга, рассматриваются туристский продукт как результат туроператорской деятельности, особенности и технологии его проектирования и формирования. Особое внимание уделяется договорным взаимоотношениям туроператора с турагентами и исполнителями услуг, вопросам ценообразования в туроперейтинге. Характеризуются основные методы продвижения туристского продукта и технологии работы туроператора с турагентами.

Соответствует ФГОС ВО последнего поколения.

Для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению «Туризм», а также может быть использован по направлениям «Сервис», «Гостиничное дело», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм». Учебник будет полезен учащимся средних специальных учебных заведений, практическим работникам сферы туризма и гостеприимства.

Законодательство в учебнике приведено по состоянию на май 2017 года.

УДК 338.48.65.01(075.8)

ББК 65.433-2я73

Кусков Алексей Сергеевич

Сирик Наталия Валериевна

ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Изд. № 13558. Подписано в печать 11.09.2017. Формат 60×90/16.

Гарнитура «Petersburg». Усл. печ. л. 24,0. Уч.-изд. л. 22,0. Тираж 500 экз.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: 8-495-741-46-28.

E-mail: office@knorus.ru <http://www.knorus.ru>

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: 8-495-221-89-80.

ISBN 978-5-406-05925-8

© Кусков А.С., Сирик Н.В., 2018

© ООО «Издательство «КноРус», 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	6
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА	8
1.1. Организационно-правовые формы предпринимательства в сфере туризма	8
1.2. Туроператор как субъект туристской деятельности	17
1.3. Функции и место туроператоров на рынке туристских услуг	23
1.4. Классификация и виды туроператоров	28
1.5. Турагент как субъект туристской деятельности	35
1.6. Основные функции и классификация турагентов	41
Контрольные вопросы и задания	45
ГЛАВА 2. ТЕОРИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА	47
2.1. Туристский продукт как комплекс туристских услуг	47
2.2. Структура, уровни и формы туристского продукта	56
2.3. Жизненный цикл туристского продукта	64
Контрольные вопросы и задания	68
ГЛАВА 3. ПРОЕКТИРОВАНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ТУРПРОДУКТА	70
3.1. Стандартизация процессов проектирования туристского продукта	70
3.2. Маркетинговые аспекты проектирования туристского продукта	78
3.2.1. Маркетинговые исследования туристского рынка	78
3.2.2. Маркетинговая среда туроператора	91
3.2.3. Сегментирование туристского рынка, позиционирование туристских продуктов и туроператоров	99
3.3. Разработка программы туристского обслуживания	107
3.4. Технологии планирования туристского продукта	113
3.5. Идентификация форм взаимодействия туроператора с контрагентами	121
3.5.1. Формы взаимодействия туроператора с перевозчиками	121
3.5.2. Формы взаимодействия туроператора с гостиницами	129
3.6. Оформление туристской документации	135
Контрольные вопросы и задания	137

ГЛАВА 4. ДОГОВОР О РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА	138
4.1. Систематизация и классификация договоров в сфере туризма	138
4.2. Правовая природа договора о реализации туристского продукта	145
4.3. Расторжение договора о реализации туристского продукта	155
4.3.1. Расторжение договора в связи с существенным изменением обстоятельств	155
4.3.2. Расторжение договора в связи с появлением обстоятельств, угрожающих жизни и здоровью туристов.....	159
4.3.3. Расторжение договора в связи с непредоставлением или предоставлением недостоверной информации о потребительских свойствах туристского продукта.....	163
4.3.4. Расторжение договора при наличии условий, ущемляющих права туриста как потребителя туристских услуг	169
4.3.5. Иные основания расторжения договора.....	173
Контрольные вопросы и задания	177
ГЛАВА 5. ДОГОВОРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ	179
5.1. Договорные отношения между отправляющим и принимающим туроператорами	179
5.2. Договорные отношения туроператора с турагентами	184
5.3. Договорные отношения туроператора с перевозчиками	200
5.4. Договоры оказания услуг размещения и питания	211
5.4.1. Договор оказания гостиничных услуг	211
5.4.2. Договор оказания услуг общественного питания	220
5.5. Договор оказания экскурсионных услуг	224
5.6. Договоры страхования в сфере туризма	228
Контрольные вопросы и задания	241
ГЛАВА 6. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ	242
6.1. Цена в комплексе маркетинга туроператора.....	242
6.2. Цели и методы ценообразования в туроперейтинге.....	246
6.3. Ценовые стратегии и тактики в деятельности туроператора	252
6.4. Издержки туроператора и себестоимость туристского продукта	257
6.5. Расчет окончательной цены туристского продукта.....	264
Контрольные вопросы и задания	273
ГЛАВА 7. МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА	275
7.1. Туристская реклама в комплексе маркетинга туроператора	275
7.2. Прямые продажи и стимулирование сбыта туристского продукта.....	282
7.3. Средства туристской пропаганды в арсенале туроператора	294

7.4. Формирование сбытовой сети туроператора.....	299
7.5. Интернет-технологии в продвижении туристского продукта	304
Контрольные вопросы и задания.....	310
ГЛАВА 8. ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ	311
8.1. Выставки в комплексе маркетинга туроператора.....	311
8.2. Подготовка туроператора к участию в выставках	323
8.3. Процедуры участия туроператора в работе выставки	337
8.4. Стендист и особенности его работы на выставке.....	340
8.5. Процедуры и технологии послевыставочного периода	352
Контрольные вопросы и задания.....	358
ГЛАВА 9. РАБОТА ТУРОПЕРАТОРА С ТУРАГЕНТАМИ	359
9.1. Агентские сети и стимулирование их активности	359
9.2. Работа турагентов с каталогами туроператора	367
Контрольные вопросы и задания.....	379
ЛИТЕРАТУРА.....	380
1. Нормативно-правовые акты.....	380
2. Учебная и практическая литература.....	382

ПРЕДИСЛОВИЕ

Дисциплина «Технологии организации туроператорской деятельности» (туроперейтинг) занимает важное место в системе подготовки бакалавров в области туризма, сервиса, гостиничного дела, так как содержит системное изложение вопросов теории и практики ведения туристского бизнеса в рамках основных хозяйствующих субъектов туристского рынка — туристских организаций, каковыми в первую очередь являются туроператоры и турагенты. В рамках учебной дисциплины рассматриваются основные аспекты хозяйственной деятельности туроператоров.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению 43.03.02 «Туризм» предполагает обязательное изучение курса «Технологии организации туроператорской деятельности», входящего обычно в блок специальных дисциплин, на который отводится три-четыре зачетные единицы (108–144 часа). При этом содержание представленного учебника составляет девять глав, отражающих важнейшие аспекты туроператорской деятельности. Основное внимание традиционно уделено экономико-правовым и организационно-технологическим аспектам деятельности туроператоров по проектированию, формированию, продвижению и реализации туристского продукта.

Учебник подготовлен в полном соответствии с содержанием и требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 43.03.02 «Туризм» (квалификация «бакалавр») и может быть использован студентами бакалавриата, обучающимися по направлениям 43.03.02 «Туризм», 43.03.01 «Сервис», 43.03.03 «Гостиничное дело», 49.03.03 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм». Особую помощь представленный учебник окажет учащимся средних специальных учебных заведений, практическим работникам сферы туризма и гостеприимства.

Авторы открыты для сотрудничества. Все замечания и предложения по содержанию учебника можно отправлять в издательство или непосредственно авторам по электронной почте. Авторы выражают благодарность рецензентам — декану факультета туризма и гостеприимства, кандидату педагогических наук, доценту Российского го-

сударственного университета туризма и сервиса Елене Сергеевне Сахарчук и заведующему кафедрой географии и туризма, кандидату географических наук, доценту Смоленского гуманитарного университета Светлане Александровне Щербаковой за их рецензии, ценные замечания и пожелания, которые были учтены при подготовке и представлении рукописи в издательство.

Алексей Кусков (askuskov@mail.ru)

Наталия Сирик (nsirik@yandex.ru)

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

1.1. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

В соответствии с общим и специальным законодательством в туристском бизнесе представлены различные организационно-правовые формы предпринимательства. При этом туроператорами могут быть только юридические лица различных организационно-правовых форм, а турагентами могут быть как юридические лица различных организационно-правовых форм, так и индивидуальные предприниматели. Выделим ряд организационно-правовых форм юридических лиц (рис. 1.1).

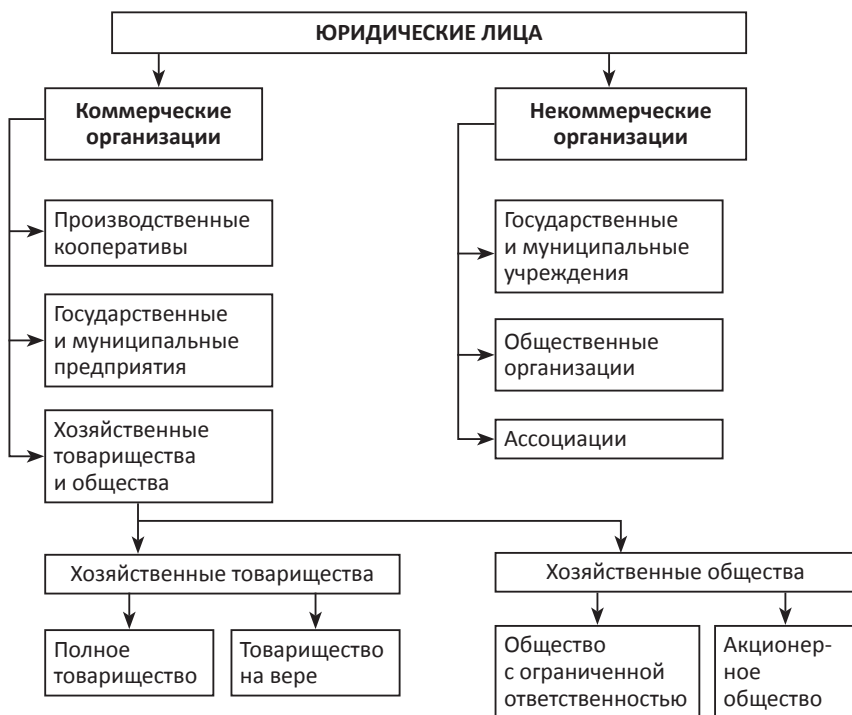


Рис. 1.1. Организационно-правовые формы юридических лиц

Основные факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы деятельности туристской организации можно определить следующим образом (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы туристской организации

Наиболее сложной является классификация туристских организаций по их *организационно-правовой форме*. В данном параграфе нас будут интересовать только туроператоры и их организационно-правовые формы. В соответствии с законодательством РФ, в целях защиты прав и законных интересов граждан и юридических лиц, осуществление туроператорской деятельности на территории страны допускается юридическим лицом, зарегистрированным в соответствии с Федеральным законом от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (далее — Закон о государственной регистрации).

Юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридические лица могут создаваться в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных ст. 50 Гражданского кодекса РФ (далее — ГК РФ). Для организаций всех форм собственности устанавливаются равные права и возможности в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

Организационно-правовая форма юридического лица определяется несколькими показателями, такими как порядок формирования уставного капитала, степень ответственности по обязательствам, форма собственности. В связи с участием в образовании имущества юридического лица его учредители могут иметь обязательственные права в отношении этого юридического лица (хозяйственные товарищества и общества, производственные и потребительские кооперативы) или вещественные права на его имущество (государственные и муниципальные унитарные предприятия, учреждения).

К юридическим лицам, на имущество которых их учредители имеют вещные права, относятся государственные и муниципальные унитарные предприятия и учреждения. К юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют корпоративные права, относятся корпоративные организации.

При создании малого или среднего бизнеса (к которому и относится туроперейтинг) возникает вопрос: какой организационно-правовой форме отдать предпочтение? Однозначный ответ на данный вопрос дать невозможно, так как все формы имеют определенные преимущества и недостатки. Каждый из этих видов предпринимательства имеет отличительные признаки, но основные принципы их осуществления во многом совпадают. И в том и в другом случае осуществление такой деятельности предполагает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли.

Хозяйственными товариществами и обществами признаются корпоративные коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе деятельности, принадлежит на праве собственности хозяйственному товариществу или обществу.

Хозяйственное товарищество — коммерческая организация, обладающая на правах собственности обособленным имуществом,

с разделением на доли уставным или складочным капиталом. Существуют полное и командитное (товарищество на вере) товарищества.

Полное товарищество отличается двумя основными признаками: предпринимательская деятельность его участников считается деятельностью самого товарищества, а по его обязательствам любой из участников отвечает всем своим имуществом, в том числе и не переданным товариществу в качестве вклада. Этим обусловлены и особенности правового положения данной формы организации и ее участников. Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников. Учредительным договором товарищества могут быть предусмотрены случаи, когда решение принимается большинством голосов участников (например, 2/3 голосов общего собрания).

Товарищество на вере — объединение нескольких физических и (или) юридических лиц для совместной хозяйственной деятельности на основе договора. Складочный капитал товарищества формируется на основе вкладов и долей, вносимых его участниками, в чем и заключается главное отличие командитного товарищества от полного. Участники, которые вносят свои доли в формируемый складочный капитал товарищества на вере, именуются *полными товарищами*, именно они и управляют деятельностью товарищества на вере. Участники, которые вносят в складочный капитал не доли, а вклады, называются *вкладчиками*, они не имеют права участвовать в управлении и ведении дел товарищества. Поскольку в товарищество объединяется много людей, начальный капитал может быть большим, чем в единоличной частной организации. Основным недостатком данного вида предпринимательской деятельности можно назвать вероятные конфликты, возникающие на почве несовместимости интересов, приводящие к несогласованной политике или бездействию, когда требуются решительные действия.

Хозяйственное общество — коммерческая организация, уставный капитал которой формируется одним или несколькими физическими лицами и (или) юридическими лицами путем внесения ими своих долей (или полной величины уставного капитала, если в качестве учредителя выступает одно лицо). В качестве долей могут рассматриваться денежные или материальные средства, интеллектуальный капитал, ценные бумаги или имущественные права, имеющие денежную оценку. Наиболее часто используемые формы хозяйственных обществ в сфере туризма — общества с ограниченной ответственностью (ООО), акционерные общества (АО), в том числе публичные акционерные общества (ПАО), а также (хотя и в меньшей степени) производственные кооперативы.

Общество с ограниченной ответственностью — хозяйственное общество, которое характеризуют следующие черты: может быть учреждено одним или несколькими лицами — как физическими, так и юридическими, имеется уставный капитал, который разделен на доли участников, имеющие размеры, определенные учредительными документами, уставный капитал формируется из вкладов его участников, участники ООО несут риск убытков, связанных с деятельностью ООО, только в пределах стоимости внесенных ими вкладов, а не отвечают собственным имуществом — это и есть ограниченная ответственность.

Уставный капитал ООО определяет минимальный размер его имущества, гарантирующего интересы его кредиторов, и составляется из номинальной стоимости долей его участников. Уставом могут быть ограничены максимальный размер доли участника и возможность изменения соотношения долей участников. Участниками ООО могут быть граждане и юридические лица, общее число которых не должно превышать 50, в противном случае ООО должно быть преобразовано в ОАО или производственный кооператив.

Высшим органом ООО является общее собрание его участников, проводимое не реже одного раза в год. Компетенция органов управления ООО, порядок принятия ими решений и выступления от имени ООО определяются Федеральным законом от 08.02.1998 № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее — Закон об ООО) и уставом ООО, которым может быть предусмотрено образование совета директоров (наблюдательного совета), коллегиального исполнительного органа, ревизионной комиссии.

Все участники имеют право присутствовать на общем собрании членов ООО, принимать участие в обсуждении вопросов повестки дня, голосовать при принятии решений. Каждый участник имеет число голосов, пропорциональное его доле в уставном капитале. Уставом может быть установлен иной порядок определения числа голосов. К исключительной компетенции общего собрания участников ООО относятся изменение устава ООО, изменение размера его уставного капитала, образование исполнительных органов ООО и досрочное прекращение их полномочий, утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов ООО и распределение его прибылей и убытков, решение о реорганизации или ликвидации ООО, избрание ревизионной комиссии ООО.

Участники ООО вправе участвовать в управлении, получать информацию о деятельности общества, участвовать в распределении прибыли, продать или иным образом уступить свою долю в уставном капитале либо ее часть участникам, в любое время выйти из ООО независимо от согласия других участников, в случае ликвидации ООО

получить часть имущества или его стоимость, другие права, предусмотренные законом.

Участники ООО обязаны вносить вклады в порядке, предусмотренном законом и учредительными документами, не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности ООО, другие обязанности, предусмотренные законом. Устав может предусматривать дополнительные права и обязанности как для всех участников ООО, так и для определенного участника. Распределение чистой прибыли между участниками производится по решению общего собрания ежеквартально, раз в полгода или раз в год, пропорционально их доли в уставном капитале. Общество с ограниченной ответственностью вправе не распределять прибыль, а использовать ее в иных целях, например, для расширения деятельности.

Акционерное общество — наиболее сложная организационно-правовая форма организации коммерческой деятельности, которую характеризуют следующие отличительные черты: может быть учреждено одним или несколькими лицами (как физическими, так и юридическими), имеется уставный капитал, который разделен на определенное число акций, участники АО несут риск убытков, связанных с деятельностью АО, только в пределах стоимости принадлежащих им акций (при этом они не отвечают собственным имуществом), акции могут быть обыкновенными и привилегированными, а права акционера зависят от того, какими акциями он владеет.

Деятельность АО регулируется Федеральным законом от 26.12.1995 № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» (далее — Закон об АО). Высший орган управления АО — общее собрание акционеров, которое назначает совет директоров (наблюдательный совет), осуществляющий руководство текущей деятельностью. К исключительной компетенции общего собрания акционеров относятся следующие вопросы: изменение устава АО, в том числе изменение размера уставного капитала, избрание членов совета директоров и ревизионной комиссии АО, утверждение аудитора и досрочное прекращение их полномочий, образование исполнительных органов АО и досрочное прекращение их полномочий, если уставом АО решение этих вопросов не отнесено к компетенции совета директоров, утверждение годовых отчетов, бухгалтерской отчетности, в том числе отчетов о прибылях и убытках, о распределении прибыли и выплате дивидендов, убытков АО по результатам финансового года, решение о реорганизации и ликвидации.

Общее собрание проводится в сроки, определенные уставом один раз в год, внеочередное общее собрание проводится по решению совета директоров. Акционерное общество может создаваться для целей

хозяйственной и иной деятельности, не запрещенной законом. Будучи юридическим лицом, АО вправе заключать любые предусмотренные законодательством сделки, самостоятельно решать вопросы организации управления, установления цен на производимую продукцию, оплаты труда, распределения чистой прибыли. Акционерное общество может иметь представительства, филиалы, учреждать дочерние общества на правах самостоятельных коммерческих организаций.

Разновидностью АО является **публичное акционерное общество** (ст. 66, 94 ГК РФ) – акционерное общество, акции которого и ценные бумаги которого, конвертируемые в его акции, публично размещаются (путем открытой подписки) или публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах. Правила о ПАО применяются и к АО, устав и фирменное наименование которых содержат указание на то, что АО является публичным.

Все акции АО являются именованными, но они могут быть обыкновенными или привилегированными. Каждая обыкновенная акция предоставляет владельцу одинаковый объем прав и имеет одну номинальную стоимость. Акционеры, владельцы такой акции, вправе участвовать в общем собрании акционеров с правом голоса по всем вопросам его компетенции, получать дивиденды, получить часть имущества АО в случае его ликвидации. Владельцы привилегированных акций имеют право получать фиксированные дивиденды (они получают дивиденды в первую очередь, затем владельцы обыкновенных акций), фиксированную ликвидационную стоимость, установленную уставом АО, в случае его ликвидации. Номинальная стоимость размещенных привилегированных акций не должна превышать 25% уставного капитала.

Преимущества АО перед другими формами коммерческих организаций: возможность мобилизации больших финансовых ресурсов, возможность быстрого перелива финансовых средств из одной отрасли в другую, право свободной передачи и продажи акций, обеспечивающее существование организации независимо от изменения состава акционеров, ограниченная ответственность акционеров, разделение функций владения и управления в АО.

Кооперативы основываются на идее самопомощи и делятся на две категории: производственный кооператив и потребительский кооператив.

Производственный кооператив (артель) – коммерческая организация со статусом юридического лица, представляющая собой добровольное объединение граждан для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности. Собственность такого кооператива складывается из паев, а члены кооператива несут субсидиарную

ответственность, не ограниченную размером индивидуального паевого взноса, паевой доли в общей собственности кооператива, именно в этом и заключается основной недостаток. Прибыль, получаемая кооперативом, распределяется между его членами в соответствии с их трудовым участием. Деятельность кооператива строится на личном участии его членов в производственной деятельности, хотя в кооперативах допускается участие и юридических лиц.

Потребительский кооператив — добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Доходы, полученные таким кооперативом от предпринимательской деятельности, осуществляемой кооперативом в соответствии с законом и уставом, распределяются между его членами. Размер дивидендов определяется суммой средств, принесенных в кооператив.

Основной принцип кооперативных обществ заключается в открытом членстве, каждый может войти в кооператив и выйти из него. Однако руководство, избранное демократическим путем, зачастую не имеет опыта руководящей работы. Управление кооперативом осуществляется комитетом, состоящим из обычных служащих, совмещающих эту работу с другой. Они выбираются членами кооператива. Текущую работу кооператива ведут управляющие, занятые здесь полный рабочий день, назначенные членами выборного комитета.

В соответствии со ст. 51 ГК РФ всякое юридическое лицо подлежит государственной регистрации в органах юстиции в порядке, определяемом законодательством. Законом о государственной регистрации установлено, что государственная регистрация юридических лиц осуществляется федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в порядке, установленном Конституцией РФ и Федеральным конституционным законом от 17.12.1997 № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации». С 1 июля 2002 г. регистрация производится Министерством РФ по налогам и сборам.

Государственная регистрация юридического лица производится на основании следующих документов, представляемых учредителями юридического лица:

- заявления о государственной регистрации;
- решения о создании юридического лица;
- учредительных документов юридического лица;
- документа об уплате государственной пошлины;
- для учредителей — иностранных юридических лиц необходима выписка из реестра юридических лиц страны происхождения.

Если создается коммерческая организация, то ее учредители должны в течение четырех месяцев с момента государственной регистрации оплатить уставный капитал, минимальный размер которого для ООО и АО составляет 10 тыс. руб., а для ПАО — не менее 100 тыс. руб.

Учредителем (учредителями) при создании юридического лица представляется решение о создании юридического лица, оформленное письменно. Если решение принимается несколькими учредителями, то оно оформляется в виде протокола об учреждении юридического лица, где должны быть отражены принятые решения об учреждении юридического лица, составе учредителей создаваемого юридического лица, утверждении устава, заключении учредительного договора, утверждении денежной оценки имущества, ценных бумаг, имущественных и неимущественных прав в случае их внесения в качестве оплаты в уставный капитал, избрании исполнительных органов юридического лица вновь создаваемого юридического лица, для АО — решение об утверждении денежной оценки ценных бумаг.

Для государственной регистрации вновь создаваемого юридического лица необходимо представить учредительные документы, которые являются законным основанием для осуществления деятельности юридического лица: устав и учредительный договор. В зависимости от организационно-правовой формы создаваемого юридического лица учредители представляют при государственной регистрации либо устав, либо учредительный договор, либо устав и учредительный договор. Как правило, все туристские организации действуют на основании устава.

Устав юридического лица является основополагающим документом, на основании которого юридическое лицо осуществляет свою деятельность. Требования, предъявляемые законодательством к уставу юридического лица, зависят от его организационно-правовой формы и конкретизируются в отдельных нормативно-правовых актах. Например, требования к уставу ООО содержатся в Законе об ООО, требования к уставам АО — в Законе об АО и т.д.

Таким образом, устав юридического лица определяет виды деятельности организации, закрепляет права и обязанности ее участников, определяет условия распределения доли в ООО или АО, содержит сведения об имуществе юридического лица, устанавливает порядок распределения прибыли, возмещения убытков, определяет условия управления обществом, включая права и обязанности отдельных лиц (генеральный директор, ревизор, аудитор), устанавливает условия реорганизации и ликвидации юридического лица.

Учредительный договор представляет собой документ, в котором учредители обязуются создать юридическое лицо, определяют порядок совместной деятельности по созданию юридического лица, определяют порядок передачи юридическому лицу своего имущества, оговаривают условия управления деятельностью юридического лица и выхода участников из его состава, устанавливают порядок распределения прибыли.

Для регистрации юридического лица учредители представляют либо подлинники учредительных документов, либо их нотариально заверенные копии. Для регистрации вновь создаваемого юридического лица необходим документ об оплате государственной пошлины. В соответствии с требованиями законодательства РФ за государственную регистрацию юридических лиц взимается пошлина в размере 4000 руб. В тех случаях, когда учредителем выступает иностранное юридическое лицо, дополнительно требуется выписка из реестра иностранных юридических лиц либо иной документ, подтверждающий статус иностранного юридического лица — учредителя.

Государственная регистрация осуществляется посредством внесения регистрирующим органом соответствующих сведений в единый государственный реестр юридических лиц. Юридическое лицо приобретает гражданские права и принимает на себя гражданские обязанности, т.е. реализует свою правоспособность через свои органы. Порядок назначения или избрания органов юридического лица определяется законом и учредительными документами.

1.2. ТУРОПЕРАТОР КАК СУБЪЕКТ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В международной практике принято условное деление организаций туристского бизнеса по характеру удовлетворения туристских потребностей на несколько групп:

- 1) организации посредничества и организации туризма (туроператоры и турагенты);
- 2) транспортные организации;
- 3) организации, обеспечивающие жизнедеятельность туристов во время путешествия (организации, представляющие услуги размещения и общественного питания);
- 4) организации зрелищных услуг (организующие досугово-развлекательные мероприятия).

Организации первой группы являются продавцами (реализаторами) туристских услуг, а организации второй, третьей и четвертой групп — исполнителями.

Непосредственно организацией туристской деятельности в международной практике обычно занимаются специализированные оптовые и розничные торгово-посреднические структуры: туристские агентства, туроператорские организации и туристские корпорации, которые представлены в виде межотраслевых производственно-хозяйственных комплексов. Названные структуры занимаются деятельностью по формированию, продвижению и реализации конкретных туристских продуктов. При этом туристские организации, как правило, не осуществляют международные поездки, экскурсии и путешествия, а только организуют исполнение этих услуг, в реализации которых занята целая цепочка разнообразных партнеров по бизнесу.

Туристские агентства представляют собой розничные организации, которые вступают в непосредственный контакт с конечным потребителем. Они выступают промежуточным звеном между потребителями и рядом организаций, обслуживающих их в период туристской поездки. *Туроператоры* являются организациями, которые в основном взаимодействуют с многочисленными туристскими агентствами и иными организациями туристской индустрии. В отдельных случаях они обслуживают и конечных пользователей (обычно путем организации эксклюзивных поездок по индивидуальным заявкам).

Туристские корпорации объединяют в своем составе самые разнообразные организации, которые в своей деятельности полностью или частично связаны с туристским бизнесом (от страховых контор и экскурсионных бюро до транспортных агентств и средств размещения). Корпорации, обслуживая потребности конечных потребителей туристских продуктов и услуг, включают в свой состав туроператоров и турагентов. В своей деятельности они опираются на широкую сеть самостоятельных рыночных субъектов — национальных туроператоров и турагентов.

В России нет еще такой узкой специализации в туризме, как в странах с развитой экономикой. Поэтому многие проблемы, которыми занимаются на Западе многочисленные партнеры туристских организаций, решаются здесь зачастую самими туроператорскими и турагентскими компаниями. В стадии становления в России находятся туристские корпорации (объединения туроператоров и турагентов на добровольной основе), туристские консорциумы (добровольные объединения нескольких турагентств, при которых за последними остаются финансовая и юридическая самостоятельность) и туристские кооперативы,

когда на основе единого устава объединяются туристские организации для более эффективного осуществления совместной деятельности (например, при бронировании мест в средствах размещения и на транспорте).

За последние 20 лет произошли серьезные изменения в области регулирования туристской деятельности, которые коснулись всех без исключения участников туристского рынка, но в первую очередь туроператоров и их деятельности. До 2002 года для туроператоров и турагентов были единые лицензионные требования и условия, а утвержденные в 2002 г. постановлением Правительства РФ Положение о лицензировании туроператорской деятельности и Положение о лицензировании турагентской деятельности определили необходимые требования и условия к осуществлению того или иного вида деятельности.

В 2007 году были приняты поправки в Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее — Закон о туризме), где основной новеллой стало введение финансовых гарантий для туроператоров взамен лицензирования туроператорской деятельности. Поправки, принятые в 2012 г., еще более ужесточили условия деятельности туроператоров: введен институт экстренной помощи туристам, создано объединение туроператоров в сфере выездного туризма, в пределах которого формируется компенсационный (с 2016 г. — резервный) фонд для оказания экстренной помощи туристам, пострадавшим от противоправных действий операторов, изменились размер финансовых гарантий и порядок выплат по ним. В 2016 году перечень условий осуществления туроператорской деятельности снова был расширен.

В ходе изменений, вносимых в Закон о туризме, уточнялось и определение туроператорской деятельности.

Туроператорская деятельность, в соответствии со ст. 1 Закона о туризме, есть деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом — туроператором.

Туроператором мы будем именовать субъект предпринимательской деятельности (юридическое лицо), осуществляющий от своего имени деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, а также по предоставлению иных туристских услуг с коммерческими целями на основе федерального законодательства и в рамках заключаемого с потребителями договора о реализации туристского продукта.

В ряде стран мира туроператор осуществляет реализацию туристского продукта турагентам, которые далее его распределяют по регионам

и реализуют через местные туристские агентства¹. Сами же туроператоры туристский продукт напрямую потребителям реализовывать не могут. По законодательству Италии туроператоры осуществляют все виды туристской деятельности, аналогичны функции туроператора в Нидерландах. Согласно Гражданскому кодексу Нидерландов «туроператор от своего имени предлагает широкой публике или группе лиц заранее подготовленный отдых»².

Согласно ГК РФ для занятия предпринимательской деятельностью организации могут создаваться как в форме коммерческих организаций, основной целью которых является извлечение прибыли, так и в форме некоммерческих организаций, которые не создаются для занятия предпринимательской деятельностью, но могут ее осуществлять, поскольку это предусмотрено их учредительными документами, служит достижению целей организации и соответствует этим целям. Таким образом, туристские организации могут создаваться в форме коммерческих и некоммерческих организаций, и могут быть иностранными юридическими лицами.

Российское законодательство, так же как и законодательство Португалии, Греции, Великобритании и ряда других стран, не предъявляет особых требований к организационно-правовым формам туристских организаций. Они могут создаваться в любой, предусмотренной законом форме. В соответствии со ст. 49 ГК РФ коммерческие юридические лица обладают общей правоспособностью. Специальная правоспособность действует лишь в отношении унитарных предприятий и некоммерческих организаций. По иному решается вопрос с правоспособностью туристских организаций в Испании, Греции, Португалии. Они имеют специальную правоспособность и вправе заниматься только туристской деятельностью и услугами, связанными со сферой туризма³. Введением в Законе о туризме ряда условий, регламентирующих туроператорскую деятельность, законодатель запретил заниматься такой деятельностью всем индивидуальным предпринимателям, а также юридическим лицам, не отвечающим законодательным условиям ее осуществления.

Так, ст. 4.1 Закона о туризме определяет круг основных условий осуществления туроператорской деятельности, к которым относятся следующие:

¹ *Kommatas T., Greece G.* European Travel Law. Chichester : John Wiley&Sons Ltd, 1997. P. 266, 501, 512.

² Там же. P. 448.

³ Там же. P. 266, 501, 512.

- наличие регистрации в ЕГРЮЛ в качестве юридического лица (деятельность индивидуальных предпринимателей не может являться туроператорской);
- наличие финансового обеспечения — договора страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта или банковской гарантии исполнения обязательств по договору¹;
- внесение сведений о туроператоре, имеющем финансовое обеспечение, в Единый федеральный реестр туроператоров, ведение которого осуществляется федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма;
- членство в объединении туроператоров в сфере выездного туризма (для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма);
- внесение вступительного и ежегодных взносов в резервный фонд объединения туроператоров в сфере выездного туризма;
- формирование фонда персональной ответственности туроператоров в сфере выездного туризма.

Должностное лицо туроператора должно соответствовать следующим требованиям:

1) отсутствие неснятой или непогашенной судимости за какое-либо умышленное преступление;

2) отсутствие факта совершения им более трех раз в течение одного года, предшествовавшего дню подачи в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти документов для внесения сведений о туроператоре в реестр, правонарушений в сфере туристской деятельности, ответственность за которые предусмотрена Кодексом РФ об административных правонарушениях;

3) отсутствие дисквалификации должностного лица туроператора на день, предшествовавший дню подачи в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти документов для внесения сведений о туроператоре в реестр;

4) отсутствие факта замещения должности руководителя туроператора, его заместителя, главного бухгалтера или иного должностного

¹ Отметим, что финансовое обеспечение не требуется для: организаций, осуществляющих экскурсионное обслуживание на территории Российской Федерации в течение не более 24 часов подряд, государственных и муниципальных унитарных предприятий, а также государственных и муниципальных учреждений, осуществляющих деятельность по организации путешествий в пределах территории Российской Федерации по установленным государством ценам в целях решения социальных задач, турагентов, занимающихся турброкерской и турорганизаторской деятельностью.

лица, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета туроператора, в течение 12 месяцев, предшествовавших дню исключения сведений о туроператоре из реестра по основаниям, предусмотренным абзацами 4, 6–13 ч. 15 ст. 4.2 и абзацами 3, 5 ч. 5 ст. 11.1 Закона о туризме.

Туроператор осуществляет полный цикл работ по организации путешествия, начиная с подбора и комбинирования туристских услуг, оказываемых различными исполнителями в зависимости от целей, сроков и маршрута путешествия (формирование туристского продукта), рекламы туристского продукта на специализированных ярмарках, выставках (продвижение туристского продукта), заканчивая реализацией туристского продукта либо туристу, либо посреднику — турагенту. Главной рыночной ролью этих организаций является соединение исполнителей услуг с их потребителями.

Организирующий характер деятельности туроператоров выражается прежде всего в совершении ими сделок с третьими лицами, в силу которых последние обязуются исполнить полностью или частично обязательство туроператора перед туристом. Именно в принятии туроператором обязательств осуществить весь процесс подготовки и проведения туристской поездки состоит сущность договора о реализации туристского продукта, в результате заключения которого турист освобождается от необходимости вступать в договорные отношения с большим количеством субъектов.

В соответствии со ст. 9 Закона о туризме туроператор несет ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком:

- за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта (в том числе за неоказание или ненадлежащее оказание туристам услуг, входящих в туристский продукт, независимо от того, кем должны были оказываться или оказывались эти услуги);
- действия (бездействие) третьих лиц, если федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ не установлено, что ответственность перед туристами несет третье лицо;
- неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта, заключенному турагентом как от имени туроператора, так и от своего имени;
- взаимно с турагентом за непредставление или представление недостоверной информации о туристском продукте, за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта.

Согласно правилам возмещения реального ущерба туристам и (или) иным заказчикам туристского продукта из денежных средств фонда персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма¹ реальный ущерб по причине невозможности исполнения туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта возмещается за счет средств фонда персональной ответственности туроператора.

1.3. ФУНКЦИИ И МЕСТО ТУРОПЕРАТОРОВ НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Туроператор — это основной субъект туристского рынка, формирующий туристский продукт и доводящий его до потенциального потребителя через турагентские сети. Основной задачей туроператора является планирование предстоящего туристского продукта, т.е. создание упорядоченного по времени, отвечающего требуемому и ценному для туриста составу и качеству графика предоставления заявленных услуг.

Важной является присущая в сфере туризма только туроператорам *функция ценообразования*, так как крупные туроператоры являются законодателями цен на туристских рынках. Другими факторами, влияющими на ценообразование, являются наличие у оператора крупной агентской сети, наличие эксклюзивных договоров с исполнителями услуг, определенные связи и уникальные права на представительство, использование новейших технологий работы и др.

Функция продвижения туристского продукта является важнейшей формой маркетинговой активности туроператора. Именно благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка (туристам, турагентам, конкурентам, исполнителям услуг, органам власти и др.) становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка (цены, ассортимент туристских продуктов, формы сотрудничества, внедрение новых технологий продаж, продвижения и др.).

Информативная функция современных туроператоров проявляется в том, что в ходе разработки, продвижения и реализации туристских продуктов туроператор распространяет на рынке все возможные

¹ Постановление Правительства РФ от 10.08.2016 № 779 «Об утверждении Правил возмещения реального ущерба туристам и (или) иным заказчикам туристского продукта из денежных средств фонда персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма» // СПС «КонсультантПлюс».

данные (например, отличительные черты туристских продуктов, туристский потенциал курортов и туристских центров, культура и традиции местного населения, процедура оформления документации), зачастую малоизвестные, либо вообще ранее неизвестные, полученные в результате работы туроператора как с источниками информации, так и в ходе командировок и ознакомительных поездок.

Новаторская функция туроператоров выражает стремление любой организации к выживанию в изменяющихся рыночных условиях, требующих мониторинга конъюнктуры туристского рынка и своевременной модификации существующего или создания принципиально нового туристского продукта, максимально отвечающего потребностям туристов, многоуровневая реализация которого не потребует кардинальных структурных изменений в работе агентской сети.

Существует негласное правило, что новый туристский продукт всегда должен быть направлен на удовлетворение потребностей определенного сегмента туристского рынка, имеющего тенденцию если не к динамичному росту, то как минимум к стабильности своей емкости. Новый продукт должен иметь возможности для последующей своей модификации, поскольку именно это его качество позволит туроператору оставаться лидером по продажам данного направления в будущем в условиях конкурентной борьбы. В любом случае борьба туроператоров за потребителей, их коммерческие интересы способствуют увеличению ширины (количество предлагаемых туристских направлений) и глубины (количество видов турпродуктов в одном направлении) ассортимента.

Являясь организациями с довольно крупным оборотом денежных средств и значительным штатом работников, туроператоры не могут не выполнять *бюджетообразующей функции*. Туроператоры, занимающие лидирующее положение на туристском рынке, обеспечивают солидные денежные поступления в бюджеты своих регионов и государств за счет налоговых сборов и валютных поступлений. Кроме того, туроператоры способствуют созданию огромного количества рабочих мест в гостиничной индустрии, ресторанном бизнесе, сферах досуга и развлечений, перевозок и т.д.

Интегрирующая функция туроперейтинга состоит в его способности прямо или косвенно определять принципы внешней политики стран, их приоритеты и курс на мировой внешнеполитической арене. Являясь не только формой внешнеэкономических связей, но и эффективным средством социального, культурного, научного обмена, международный туризм зачастую способен сделать больше, чем дипломатические переговоры на самом высоком уровне.

Из числа функций, приобретенных туроператорами совсем недавно, характерных в большей степени для постиндустриальных экономических систем, можно выделить *туроператорское лобби*, так как туроператоры получили реальную возможность оказывать давление на прямо или косвенно зависящие от его функционирования организации, другие сферы экономики. Туроператор определяет направления деятельности отелей, авиакомпаний, предприятий питания, предоставления туристских услуг и работ. В свою очередь исполнители услуг, понимая свою зависимость от туроператоров, идут им на многие уступки — скидки, модернизацию и введение новых услуг и форм обслуживания и др.

Туроператорское лобби подстегивается и ростом конкуренции между туристскими регионами, их стремлением завоевать симпатию и внимание со стороны крупных туроператоров, стать одним из направлений их работы. Власти многих регионов упрощают паспортно-визовые формальности, участвуют в совместных рекламных компаниях, частично возмещают стоимость чартерных перевозок при условии их рентабельной загрузки, гарантируют полную безопасность и максимальный комфорт пребывания и т.д.

Вместе с тем туроперейтинг в определенной степени концентрирует и выполнение некоторых *негативных функций*, к коим следует отнести отмывание денег, легализацию переводов денег за рубеж, организацию незаконной эмиграции населения, нарушение прав туристов как потребителей услуг, элементарный обман и др. Вследствие этого во всем мире и в России определен перечень условий, выполнение которых необходимо для осуществления туроператорской деятельности, о чем нами уже было сказано выше.

Таким образом, туроператор занимается разработкой туристских маршрутов и комплектацией туристских продуктов, обеспечивает их функционирование, организует рекламу, рассчитывает цены на туристские продукты по этим маршрутам, реализует туристские продукты напрямую туристам или через посредников — туристских агентов. Туроператор обеспечивает туристам разнообразие выбора туристских услуг и одновременно упрощает заказ обслуживания в других городах и местностях, беря эти функции на себя. Туроператор может реализовывать услуги раздельно, выступая в этом случае как посредник (например, реализация экскурсионных, транспортных, гостиничных услуг).

Итак, туроператор — это организация, которая занимается проектированием и формированием туристского продукта, а турагент — организация, занимающаяся продвижением и реализацией туристского продукта. Однако туроператор может продавать собственные турист-

ские продукты и продукты других туроператоров, выступая тем самым в роли туроператора и турагента одновременно. Основные отличия туроператора от турагента представлены нами в табл. 1.1.

Таблица 1.1

Отличия туроператора от турагента

Туроператор	Турагент
Приобретает отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования. Также приобретает некоторый туристский продукт. Его прибыль формируется из разницы между ценами покупки и ценой реализации	Действует как розничный реализатор, и его прибыль получается из комиссионных за реализацию чужого туристского продукта. Турагент реализует туристский продукт по реальным ценам туроператоров или исполнителей услуг
Всегда имеет запас туристского продукта для последующей реализации через агентские сети	Запрашивает определенный продукт или услугу только тогда, когда потребитель выражает в этом свою заинтересованность
В то же время туроператоры могут выполнять и функции турагентов, т.е. занимаются реализацией туристских продуктов и услуг других туроператоров	

Из всего вышесказанного следует, что основными функциями туроператора являются:

- 1) изучение потребностей потенциальных туристов на туристские продукты и отдельные туристские услуги;
- 2) составление перспективных программ обслуживания, формирование туристских продуктов и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов;
- 3) взаимодействие с исполнителями услуг на договорной основе (организации, предоставляющие гостиничные, ресторанные, транспортные, экскурсионные, анимационно-досуговые и иные услуги);
- 4) расчет себестоимости туристского продукта и определение его отпускной цены с учетом рыночной ситуации, комплектации, классности и т.д.;
- 5) обеспечение туристов необходимыми материалами рекламного и сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем;
- 6) подготовка, подбор и назначение на туристские маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания;
- 7) рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта как самостоятельно, так и через агентские сети;

8) контроль за надежностью и качеством туристского обслуживания, постоянная оперативная связь с туристами, решение возникающих у них проблем.

Туроператор на туристском рынке занимает позицию между исполнителями услуг и их потребителями. Его задачей является продвижение услуг отдельных исполнителей до потребителей в виде комплексного туристского продукта, причем как основных услуг (пакет), так и дополнительных, потребляемых на месте за наличный расчет. Место турагента и туроператора на туристском рынке показано на рис. 1.3.

В заключение отметим, что рынок туроператоров и турагентов активно «разбавляется» рынком виртуальных туристских технологий, основные субъекты которого действуют в информационном пространстве. Таковы, например, системы бронирования и резервирования, широко известный и ставший очень популярным среди туристов букинг, позволяющий приобрести все необходимые услуги, не выходя из дома, и сформировать из них полноценный туристский продукт. Такая тенденция уже отчасти привела к переделу туристского рынка, снижению популярности услуг туроператоров и турагентов.

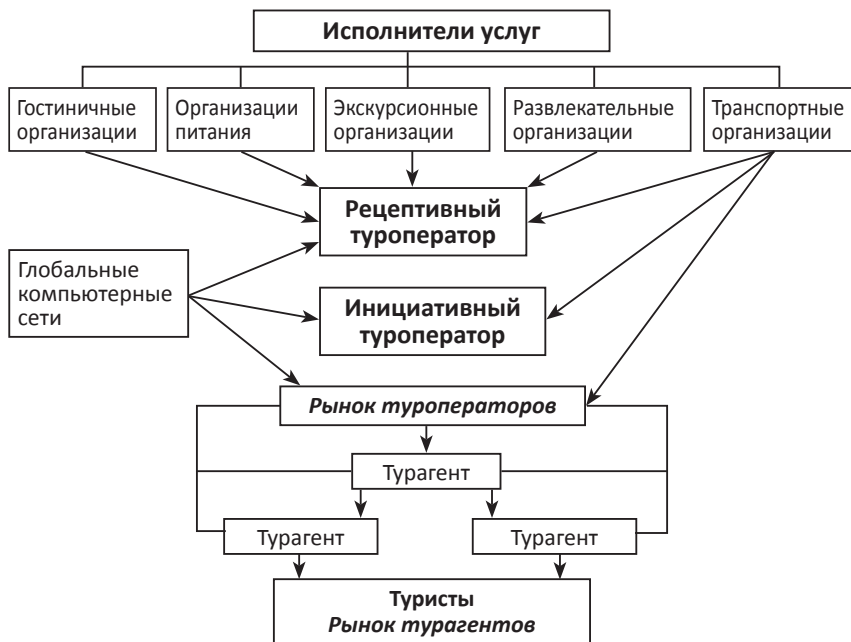


Рис. 1.3. Место туроператоров и турагентов на туристском рынке

ЛИТЕРАТУРА

1. Нормативно-правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // СЗ РФ. 1996. № 5. Ст. 410.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // СЗ РФ. 2006. № 52. Ч. 1. Ст. 5496.
4. Директива Совета ЕЭС от 13.06.1990 № 90/314/ЕЕС «О путешествиях, отпусках и поездках, включающих все» // European Private Law. 2000. Vol. 11. The Hague: Kluwer Law International.
5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СЗ РФ. 1996. № 3. Ст. 140.
6. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. 1996 № 49. Ст. 5491.
7. Письмо Роспотребнадзора от 08.12.2010 № 01/17240-0-32 «О мерах, направленных на обеспечение безопасности российских туристов в странах временного пребывания» // СПС «КонсультантПлюс».
8. Письмо Роспотребнадзора от 31.08.2007 № 0100/8935-07-32 «Об особенностях правоприменительной практики, связанной с обеспечением защиты прав потребителей в сфере туристического обслуживания» (документ официально опубликован не был) // СПС «КонсультантПлюс».
9. Письмо Роспотребнадзора от 07.08.2009 № 01/11347-9-32 «Об осуществлении контроля (надзора) за исполнением законодательства о защите прав потребителей при оказании туристских услуг» // СПС «КонсультантПлюс».
10. Постановление Правительства РФ от 31.12.2004 № 901 «Об утверждении Положения о Федеральном агентстве по туризму» // СЗ РФ. 2005. № 2. Ст. 159.
11. Постановление Правительства РФ от 10.08.2016 № 779 «Об утверждении Правил возмещения реального ущерба туристам и (или) иным заказчикам туристского продукта из денежных средств фонда персональной ответственности туроператора в сфере выездного туризма» (вступает в силу с 1 января 2017 г.) // СПС «КонсультантПлюс».
12. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 № 1036 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» // СЗ РФ. 1997. № 34. Ст. 3980.
13. Постановление Правительства РФ от 18.07.2007 № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» // СЗ РФ. 2007. № 30. Ст. 3942.

14. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2015. № 42. Ст. 5796.
15. Постановление Правительства РФ от 27.02.2013 № 162 «Об утверждении Правил оказания экстренной помощи туристам и Правил финансирования расходов на оказание экстренной помощи туристам из компенсационного фонда» // СЗ РФ. 2013. № 9. Ст. 958.
16. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2012. № 9.
17. Приказ Минкультуры РФ от 27.06.2012 № 666 «Об утверждении Административного регламента по предоставлению Федеральным агентством по туризму государственной услуги по информированию в установленном порядке туроператоров, турагентов и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности туристов (экскурсантов) в стране (месте) временного пребывания» // Российская газета. 2012. № 5853.
18. Приказ Минкультуры России от 11.07.2014 № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями» // Российская газета (специальный выпуск). 2015. № 24/1.
19. ГОСТ Р 53522—2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Общие положения» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2009 № 772-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
20. ГОСТ Р 53423—2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 03.11.2009 № 496-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
21. ГОСТ 32612—2014 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования» (введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 26.03.2014 № 229-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
22. ГОСТ Р 50690—2000 «Туристские услуги. Общие требования» (принят и введен в действие постановлением Госстандарта России от 16.11.2000 № 295-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
23. ГОСТ Р 50681—2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30.11.2010 № 580-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
24. ГОСТ Р 50644—2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15.12.2009 № 773-ст) // СПС «КонсультантПлюс».

25. ГОСТ Р 54600—2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 18.12.2011 № 734-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
26. ГОСТ Р 54604—2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 08.12.2011 № 738-ст) // СПС «КонсультантПлюс».
27. ГОСТ Р ЕН 13809—2012 «Туроператоры и турагенты. Терминология» (утвержден и введен в действие приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 29.11.2012 № 1609-ст) // СПС «КонсультантПлюс».

2. Учебная и практическая литература

1. *Абакумов С.Н.* Технология въездного туризма : учебно-методическое пособие. Орел : ОГУ, 2015.
2. *Бутко И.И., Ситников Е.А., Ушаков Д.С.* Туристический бизнес: основы организации. Ростов н/Д : Феникс, 2007.
3. *Быстров С.А.* Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учеб. пособие. М. : Форум : ИНФРА-М, 2013.
4. *Веселова Н.Ю.* Организация туристской деятельности : учеб. пособие. М. : Дашков и К, 2014.
5. *Веткин В.А., Винтайкина Е.В.* Технология создания массового турпродукта : учеб. пособие. М. : Русайнс, 2015.
6. *Веткин В.А., Винтайкина Е.В.* Технология создания турпродукта: пакетные туры : учебно-методическое пособие. М. : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2013.
7. *Виноградова Т.В.* Технологии продаж турпродукта : учебник. М. : Академия, 2015.
8. *Гребенюк Д.Г.* Технология продаж и продвижения турпродукта : учеб. пособие. М. : Академия, 2016.
9. *Дурович А.П.* Организация туризма : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2012.
10. *Жуков А.А., Дерябина С.О.* Технология и организация операторских и агентских услуг : учебник. М. : Академия, 2014.
11. *Игнатьева И.Ф.* Организация туристской деятельности : учеб. пособие. СПб. : Питер, 2015.
12. *Ильина Е.Н.* Туроперейтинг: организация деятельности : учебник. М. : Финансы и статистика, 2008.
13. *Ильина Е.Н.* Туроперейтинг: продвижение туристского продукта : учебник. М. : Финансы и статистика, 2008.
14. *Ильина Е.Н.* Туроперейтинг: стратегия обслуживания : учебник. М. : Финансы и статистика, 2008.
15. *Исмаев Д.К.* Организация въездного туризма в Российскую Федерацию : учебно-практическое пособие. М. : Книгодел : МАТГР, 2009.

16. *Исмаев Д.К.* Основная деятельность туристской фирмы (на примере российского турбизнеса) : учебно-практическое пособие. М. : Книгодел : МАТГР, 2005.
17. *Качмарек Я., Стасяк А., Владарчик Б.* Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление : учебник. М. : Юнити-Дана, 2012.
18. *Косолапов А.Б.* Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учеб. пособие. М. : КНОРУС, 2016.
19. *Кусков А.С., Голубева В.Л.* Туроперейтинг : учебник. М. : Форум : ИНФРА-М, 2014.
20. *Любавина Н.Л., Кроленко Л.А., Нечаева Т.А.* Технология и организация турагентской деятельности : учебник. М. : Академия, 2014.
21. *Любавина Н.Л., Кроленко Л.А., Нечаева Т.А.* Технология и организация туроператорской деятельности : учеб. пособие. М. : Академия, 2013.
22. *Нагай Н.Г.* Технологии и организация деятельности туристской индустрии: технологии продаж услуг туристской индустрии : учебно-методическое пособие. Шахты : ЮРГУЭС, 2011.
23. *Островская А.Е., Отческий И.Е.* Туристско-операторская деятельность : учеб. пособие. Тюмень : ТюмГУ, 2008.
24. *Селиванова Л.В.* Туроператорская деятельность : учеб. пособие. Тюмень : ТюмГУ, 2009.
25. *Сирик Н.В., Кусков А.С.* Правовое обеспечение сферы туризма : учеб. пособие. М. : Форум, 2014.
26. *Сухов Р.И.* Технологии и организация продаж в туристическом агентстве : учеб. пособие. Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010.
27. Туристская деятельность : учеб. пособие / под ред. Т.В. Шевцовой. Шахты : ЮРГУЭС, 2010.
28. *Ушаков Д.С.* Прикладной туроперейтинг : учеб. пособие. Ростов н/Д : МарТ, 2008.
29. *Ушаков Д.С.* Технологии выездного туризма : учеб. пособие. Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010.
30. *Ушаков Д.С.* Технологии въездного туризма : учеб. пособие. Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010.
31. *Ушаков Д.С.* Технологии продаж в туристическом бизнесе. Ростов н/Д : Феникс, 2006.
32. *Черных Н.Б.* Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебник. М. : Советский спорт, 2005.