ТУРАГЕНТЫ.

РОЛЬ ТУРАГЕНТОВ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ.

Туристическая деятельность в России сегодня регулируется Федеральным законом от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации». Причем, впервые туристическую деятельность регулирует правовой документ, обладающий второй после Гражданского кодекса РФ (ГК РФ) юридической силой и являющийся стержнем правовой системы такой сферы деятельности, как туризм. На туризм в полной мере оказывают регулирующее воздействие нормы различных отраслей права: таможенного, страхового, административного, экологического, о защите прав потребителей и др., но особое место отводится гражданскому праву. Так, в ГК РФ прведены основные определения, напрямую связанные с туристической деятельностью, а именно, статья 2 части 1 ГК РФ звучит так:

Гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием, исходя из того, что предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Правила, установленные гражданским законодательством, применяются к отношениям с участием иностранных граждан, лиц без гражданства и иностранных юридических лиц, если иное не предусмотрено федеральным законом.

Специфика этой сферы бизнеса - формы собственности на туристическом рынке представлены во всем многообразии. Работают, как частные предприниматели, так и юридические лица, в том числе некоммерческие организации.

статьей 128 ГК РФ к одному из объектов гражданских прав отнесены работы и услуги, следовательно, туристический бизнес как деятельность по оказанию услуг попадает под действие этой статьи.

Туристическая деятельность предусматривает заключение договора возмездного оказания услуг, с одной стороны, и непосредственно связана с договором комиссии, с другой стороны, так как перепродаются услуги сторонних организаций.

Туризм и путешествия являются неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Путешествия – основная часть туризма. Время, расстояния, места проживания, цели и продолжительность пребывания – все это отличительные элементы туризма. В целом туризм - многоцелевой феномен, одновременно сочетающий в себе элементы приключений, романтику дальних странствий, некоторую тайну, посещение экзотических мест и земные заботы предпринимательства, вопросы здоровья, личной безопасности и сохранности имущества граждан.

Туристская деятельность делится на туроператорскую; турагентскую; клубный отдых.

Турагенты

Турагентство – достаточно распространенный вид бизнеса в туризме. Конкуренция подталкивает туристические фирмы к поиску своей ниши в турбизнесе, заставляет приспособления к спросу с учетом различий между отдельными группами потребителей. Значительная часть фирм действует как розничные турагентства, работая с клиентами напрямую.

* Основные задачи турагентства:

полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристическим центрам и т.д. продвижение этой информации с помощью рекламы; организация продажи туристического продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристического бизнеса.

* Туристические агентства могут иметь разнообразные формы:

чисто туристические агентства по продаже туров, сформированных туроператорами на условиях комиссионного вознаграждения;

транспортно-туристические агентства по организации транстуров. Здесь есть перспективы для создания совместных предприятий с транспортными организациями: авиационно-транзитными предприятиями, авиакомпаниями, железными дорогами. Вариантом взаимодействия с перевозчиками также являются агентские соглашения на реализациию транспортных билетов.

С точки зрения специфики деятельности турагентства могут быть многопрофильными (наиболее распространены), то есть осуществляющими комплексное обслуживание любых клиентов, включая отпускников, командированных и пр. и специализированными, наиболее распространенными из которых являются коммерческие турагентства, организующие деловые поездки для крупных компаний, включая конгрессное обслуживание, а также специализирующиеся в организации отдыха.

# Налогообложение прибыли у турагентов:

Если турагент продает путевки по посредническим договорам, то момент реализации путевок в зависимости от выбранного метода учета доходов и расходов определяется так:

* при использовании метода начисления – это дата утверждения отчета;
* при использовании кассового метода – это дата получения от покупателей оплаты за проданные путевки.
* Предварительная оплата туров также считается выручкой.

**РОЛЬ ТУРАГЕНТОВ**

**НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ.**

Составлением и продажей туров занимаются туристко-экскурсионные организации.

На практике они могут носить любое название - от туристического бюро до ассоциации туристов и путешественников. Однако с точки зрения вида предпринимательства их можно подразделить на туристические агентства и туристических операторов.

Что означают эти термины, в чем их основные различия и особенности?

Туристический продукт формируется из услуг предприятий, причастных к обслуживанию людей на отдыхе и в путешествиях: транспортных фирм и компаний, гостиниц, ресторанов, кафе, экскурсионных фирм, музеев и выставочных залов, парков аттракционов, азартных мероприятйя и заведений, спортивных и курортных организаций.

Комплектацией туристического продукта в соответствии с требованиями и пожеланиями клиентов, то есть формированием набора услуг под названием «тур», занимаются турооператоры.

Турагент реализует туристический продукт клиенту в виде комплексов (инклюзив-туров) или свободного набора услуг (заказных туров).

Туроператор комплектует туры и формирует комплекс услуг для туристов, разрабатывает туристические маршруты, насыщает их услугами путем взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, готовит рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены туров, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам.

Турагент – организация-посредник, занимающаяся продажей сформированных туроперетором туров потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения обратно.

Главной рыночной ролью этих организаций является соединение поставщиков услуг с клиентами-туристами. Это специфический вид туристического бизнеса. Здесь важен правильный выбор поставщиков услуг, основанный на профессиональных знаниях туристического рынка, бизнеса, особенностей и рычагов его развития и управления.

Основные функции туристических организаций: комплектующая; сервисная; гарантийная.

Комплектующая функция – это комплектация тура из отдельных услуг - для рецептивного туроператора; комплектация комбинированных туров из туров рецептивных - для инициативного туроператора; комплектация пакетов туров с транспортными и некоторыми другими видами услуг – для турагентств.

Сервисная функция – это обслуживание туристов на маршрутах и в офисе при продаже пакетов туров.

Гарантийная функция - это предоставление туристам гарантий по заранее оплаченным туристическим услугам в обусловленном количестве и на обусловленном уровне. Согласно действующему международному и российскому законодательству за качество предоставленной услуги полную ответственность перед туристом несет та организация, которая сформировала и продала ему пакет услуг, независимо от того, сама она предоставляет эти услуги или третье лицо (поставщик услуг).

Обычно туроператор – это более крупная, чем турагент, компания. Она имеет головной офис и несколько филиалов – агентскую сеть. Независимо от собственной агентской сети, туроператор заключает агентские соглашения с независимыми турагентствами на продажу своих туров.

Турагенты и тураператоры могут иметь разнообразные формы собственности: частную, государственную, акционерное общество, однако суть предпринимательской деятельности и рыночные функции от этого не меняются.

Главной рыночной задачей, как турагента, так и туроператора, остается обеспечение устойчивого положения на туристском рынке и получение устойчивой прибыли.

Основные различия между турагентами и туроператорами:

по системе доходов.

Туроператор имеет некоторый туристический продукт, и его прибыль формируется из разницы между ценой покупки и ценой продажи. Туроператор может приобретать отдельные услуги, из которых затем формирует комплексный туристический продукт со своим механизмом ценообразования. В это время турагент действует как розничный продавец, и его прибыль получается из комиссионных за продажу чужого туристического продукта. Турагент реализует туристический продукт (часто и отдельные услуги: авиабилеты, номера в гостиницах и т.д.) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг;

по принадлежности туристического продукта.

Туроператор всегда имеет запас туристического продукта для продажи, а турагент запрашивает определенный продукт (услугу), только когда клиент проявляет покупательский интерес.

В повседневной практике бывает трудно определить различие между туроператорами и турагентами. Чаще всего обе эти функции выполняет одно предприятие. Законом РФ «О туристической деятельности» это не запрещено, и на практике фирма может сама разрабатывать маршруты как туроператор и продавать их туристам и другим агентам, одновременно как турангент, приобретая туры у других фирм для своих клиентов.