

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Шеломенцев Е.И., Шестаков С.И., Фомичев А.М.

Научный руководитель – доцент Кушарова М.П.

Институт международных отношений и права

Новосибирского государственного университета экономики и управления

Индустрия туризма многогранна и в настоящее время получает все более широкое распространение и динамично развивается. Туристическая деятельность не может осуществляться вне и помимо правовых норм. Слабое правовое обеспечение сферы туризма, туристической экономики порождало нецивилизованное развитие туристического рынка. Поэтому насущной проблемой в российском туризме стала необходимость принятия государственного акта, который исключил бы стихийное нормотворчество и направил работу тысяч отечественных туристических организаций и индивидуальных предпринимателей, а также сотен иностранных туристических фирм в единое правовое русло, где наряду с нормами гражданского права действуют специальные нормы, регулирующие туристическую деятельность.

Таким актом мог быть лишь федеральный закон о туризме, проекты которого стали активно разрабатываться уже в начале 90-х годов, и 4 октября 1996 г. Государственная Дума приняла, а 24 ноября 1996 г. Президент РФ подписал Федеральный закон «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации».

В результате в настоящее время туристическую деятельность регулирует правовой акт, обладающий высшей юридической силой, в преамбуле которого указывается, что настоящий Федеральный закон определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристического рынка в Российской Федерации, и регулирует отношения, возникающие при реализации прав граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов Российской Федерации. Этот закон образует стержень правовой системы сферы туризма. Изучение Закона, установление соотношений его статей с нормами гражданского, административного, экологического и других отраслей права позволит работникам туристических организаций избежать ошибок и материальных потерь из-за правовой неосведомленности, а гражданам, пользующимся туристическими услугами, осознать свои права и обязанности. Так, например, отношения между туроператором и турагентом регулируются на основе Агентского договора (по данному договору одна сторона обязуется за вознаграждение совершить по поручению другой стороны юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала. Агентский договор является консенсуальным). В свою очередь отношения между турагентом и потребителем регулируются на основе Договора о реализации туристических услуг, который должен быть заключен между туристом и туристической фирмой накануне путешествия. В Законе сформулированы права и обязанности туриста. При подготовке к путешествию и во время его совершения турист имеет право на необходимую и достоверную информацию о правилах въезда в страну временного пребывания. Однако туристический бизнес имеет своеобразную специфику, которая недостаточно урегулирована нормами этого закона.

Множество предприятий, фирм и организаций участвует в обслуживании туристов. Возникновение туристического бизнеса обусловлено интенсивным развитием региональных и международных туристических обменов и сильной разобщенностью потребителя и производителя туристических услуг (гостиницы, рестораны и пр.) как во

времени (заблаговременное комплектование и продажа туров), так и в пространстве (разные страны, даже континенты путешествий). Одной из современных тенденций развития туристической индустрии является логистизация производственного процесса. За последнее время на территории РФ открылось достаточно много турфирм, которые не успев просуществовать на рынке и полгода, вынуждены были прекратить своё существование из-за высоких издержек. Данный доклад посвящен проблеме снижения совокупных издержек в туристической деятельности за счет применения логистического подхода к управлению. Необходимым продолжением правотворческой деятельности в сфере туризма после создания правовых основ функционирования считаем принятие нормативно-правовых актов по логистизации туристической сферы предпринимательства.

Актуальность проблемы в настоящее время бесспорна: сложная экономическая ситуация особенно требует использования концепции логистики для снижения уровня общих затрат компании. Грамотное и продуманное использование принципов и методов логистики, урегулированные нормами права, позволит высвободить и направить финансовые ресурсы компании на ее дальнейшее продуктивное развитие.

Для установления таких правовых норм необходимо рассмотреть основные понятия и принципы логистического подхода, какие конкретные практические задачи он позволяет решать туристическим организациям и на этих выводах установить определённые рекомендации (пути) по решению поставленной проблемы.

Широкое внедрение логистики в туризме – это объективная необходимость, обусловленная усложнением задач управления, большими объемами информации, обрабатываемой в туристической сфере. Применение логистического подхода приносит выгоду и туроператору, и турагенту, и потребителю турпродукта (т.е. туристу). Логистика в туризме самым тесным образом связана с обслуживанием потребителей, учитывает предложение туристического продукта на рынке при заранее определенных затратах и параметрах обслуживания. Основным требованием разработки эффективного управления логистикой является тесная связь между процессами составления тура, продаж и оказанием услуг.

1.1. Понятие логистической системы. Логистика в туризме определяется как наука о планировании, контроле и управлении операциями, совершаемыми в процессе формирования тура, доведения готовой продукции до потребителя в соответствии с интересами и требованиями последнего, а также в процессе передачи, хранения и обработки соответствующей информации.

В туризме выделяют следующие потоки, которыми управляет логистика: транспортные, людские, финансовые и информационные. Поскольку логистика представляет собой специфические хозяйственно-общественные отношения, затрагивающие различные области услуг в экономике, то для них также необходимо правовое регулирование. Базой правового регулирования логистической системы в стране являются Конституция РФ и Гражданский кодекс РФ.

1.2. Информационные потоки. В современных условиях информационная составляющая рассматривается как один из важнейших резервов повышения эффективности функционирования всей логистической системы. К правовому обеспечению следует отнести Федеральный Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», принятый Государственной Думой от 8 июля 2006 г. Основная проблема на современном этапе развития российского туристического рынка заключается в сложности своевременного и оперативного информационного сопровождения туристического продукта. Это создает трудности не только туристам при выборе места отдыха, но и агентствам, туроператорам и самим средствам размещения. Компании вы-

нуждены набирать большое количество менеджеров по разным направлениям, туроператоры не имеют возможности разрабатывать адекватный турпродукт, не имея в своем распоряжении полной и объективной информации, базы размещения не могут сообщить о себе, поскольку их информация просто теряется в массиве общих данных.

В основу построения логистической информационной системы должны быть положены следующие принципы.

1. Полнота и пригодность информации для пользователя (например, о политическом, климатическом и ином состоянии страны временного посещения туристами).

2. Точность исходной информации (например, об инфраструктуре туроператора по приему туристов, культурным мероприятиям и т.п.)

3. Своевременность. Особенно это важно в операционном менеджменте при перевозке туристов, размещении, аварийных ситуациях и т.п.

4. Ориентированность. Информация должна быть ориентирована на выявление дополнительных возможностей улучшения качества услуг и снижения издержек.

5. Гибкость. Информация должна быть приспособлена для пользователей и иметь удобный вид.

6. Достоверность. Информация, принятая от отправителя, должна точно соответствовать переданной информации.

7. Производительность. Выходная информация должна максимально соответствовать производительности используемых технических средств.

Реализация данных принципов способствует оптимизации принимаемых решений в области туристического процесса. Обладателем информации может быть гражданин (физическое лицо), юридическое лицо, Российская Федерация, субъект Российской Федерации, муниципальное образование.

1.3. Финансовые потоки. Под финансовым потоком принято понимать совокупность распределенных во времени платежей. Как правило, любая финансовая операция в туристической деятельности предполагает наличие двух потоков: входящего (поступления, доходы) и исходящего – выплаты (расходы).

Финансовые потоки в туризме можно подразделить на следующие группы: финансовые потоки, обусловленные продажей турпродуктов, финансовые потоки, связанные с функционированием денежных фондов турфирмы, инвестиционные финансовые потоки, кредитные финансовые потоки, финансовые потоки между учредителями, акционерами и туристической организацией, а также между турфирмой и государством; турфирмой, подрядчиками и субподрядчиками; турфирмой и страховыми компаниями; турфирмой и кредитно-банковскими учреждениями.

Туроператор продает турпакеты турагентам или непосредственно туристам. Туроператор (или турагент) может оказывать туристам и дополнительные услуги: приобретение авиабилетов, страхование, получение виз и т.д.

Важными аспектами финансовой деятельности турфирм являются формирование и использование различных денежных фондов. Денежные фонды подразделяются на две группы: фонды собственных средств и фонды привлеченных и заемных средств. Иначе говоря, денежные фонды – это источники, за счет которых турфирма формирует свой актив.

1.4. Правовое обеспечение условий труда персонала. Эффективность функционирования турфирмы в значительной степени зависит от организации условий труда человека. В соответствии с Трудовым кодексом РФ (ст. 209) охрана труда – это система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая правовые, социально-экономические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия. Условия труда представ-

ляют собой совокупность производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность, производительность, а также на здоровье работника.

В ст. 21 ТК РФ описаны основные права работника по заключению, изменению, расторжению трудового договора и др., а также включены обязанности работника по соблюдению трудовой дисциплины, добросовестному исполнению своих трудовых обязанностей и других обязательств по охране труда и обеспечению безопасности.

В ст. 22 ТК РФ содержатся основные права работодателя по заключению, изменению и расторжению трудовых договоров с работниками (работодатель может требовать от них исполнения трудовых обязанностей, заключать коллективные договоры и др.), а также включены обязательства работодателя по соблюдению государственных законов, нормативно-правовых актов, обеспечению безопасности и условий труда, отвечающих требованиям гигиены труда и др.

Таким образом, в туристической деятельности действуют те же трудовые нормы, которые распространяются на все отрасли экономики вне зависимости от вида собственности. Соблюдение правовых основ трудовых отношений, регламентированных ТК РФ с обязательным чередованием работы и отдыха, имеет решающее значение для сохранения здоровья персонала. В соответствии с ТК РФ нормальная продолжительность рабочего времени не может превышать 40 часов в неделю, т.е. 8 часов при 5-дневной (два выходных дня) и 6,66 часа при 6-дневной (один выходной) неделе. Нерабочие (праздничные дни) составляют 11 дней в году. Во втором случае руководство турфирмы может увеличивать рабочую смену на необходимое количество минут, чтобы в итоге за неделю продолжительность рабочего времени составляла 40 часов. Ежегодный основной оплачиваемый отпуск составляет 28 календарных дней.

Для совершенствования работы туристской фирмы важным направлением является разработка и внедрение автоматизированных систем управления.

Для сохранения имеющихся связей и привлечения новых туроператорам необходимо активно поддерживать свою агентскую сеть, принимая во внимание индивидуальные особенности клиентов (агентов и туристов), совершенствовать политику включения новых клиентов в логистическую цепь туроператор – турагент – турист. Обращаясь в турфирму, клиент сопоставляет собственные моральные, материальные, физические затраты с ожидаемым результатом и оплачивает услуги турфирмы лишь в том случае, если ему это выгодно.

Таким образом, наилучших результатов могут добиться те туристические компании, которые будут использовать концепцию сокращения всех видов издержек, связанных с управлением туристским потоком, турами, финансовыми и информационными потоками. Уменьшение логистических рисков позволит компаниям высвободить финансовые средства на дополнительные инвестиции в информационно-компьютерные системы, рекламу, маркетинговые исследования и т.д. Таким образом, применение логистического подхода принесет очевидные выгоды всем участникам процесса движения турпродукта от туроператора до туриста.