



Справочник начинающего предпринимателя по организации бизнеса в туристической отрасли

Разработчик: МКУ "Центр развития предпринимательства"

г. Владивосток

2018



Оглавление

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ О ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	3
1.1. Основные понятия.....	3
1.2. Государственное регулирование туристской деятельности.....	9
1.3. Единый федеральный реестр туроператоров.....	10
1.4. Финансовое обеспечение.....	15
1.5. Резервный фонд и фонд персональной ответственности туроператора.....	20
1.6. Презентация туристского потенциала Приморского края и города Владивостока.....	24
1.7 Роль органов государственной власти и местного самоуправления в создании благоприятных условий для развития туризма.....	34
1.8 Реестр организаций, образующих инфраструктуру поддержки предпринимательства в туристической отрасли на территории Владивостокского городского округа.....	44
Глава 2. ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	51
Глава 3. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	60
3.1 Общая система Налогообложения.....	62
3.2 Специальные налоговые режимы.....	66
3.2.1 Упрощённая система налогообложения (УСН, УСНО).....	66
3.2.2 Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД).....	69
3.2.3 Патентная система налогообложения.....	73
Глава 4. ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	77
4.1 Особенности бизнес-планирования в туристской индустрии. Структура бизнес-плана ...	77
4.2 Титульный лист.....	78
4.3 Составление резюме.....	78
4.4 Постановка четких целей.....	79
4.5 Анализ отрасли.....	80
4.6 Оценка возможностей предприятия в рамках туристской отрасли.....	81
4.7 Полная информация о том, что Вы собираетесь продавать.....	82
4.8 Маркетинговый план и его составление.....	82
4.9 Создание плана предоставления услуги.....	89
4.10 Организационный план.....	90
4.11 Финансовый план.....	91
4.12 Изучение и проведения анализа относительно возможных рисков.....	97
4.14 Итог.....	99
Глава 5. ПРИМЕРЫ УСПЕШНЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА.....	101

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ О ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Основные понятия.

Организации, занятые в сфере туризма, ведут свой бизнес, основываясь на Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". Совсем недавно Федеральным законом 24.11.1996 №132-ФЗ в него были внесены существенные изменения.

В настоящем Федеральном законе используются следующие основные понятия:

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) 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;

Туристская деятельность - туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

Туризм может быть внутренним, международным, социальным и самодеятельным. Все эти понятия также раскрываются в Федеральном законе N 132-ФЗ.

Туризм внутренний - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

Туризм выездной - туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

Туризм въездной - туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;

Туризм международный - туризм выездной или въездной;

Туризм социальный - туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных

внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей;

Туризм самодеятельный – это туризм, организуемый туристами самостоятельно;

Туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;

Туристская индустрия – это 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;

Туристский продукт - 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;

Туроператорская деятельность связана с формированием, продвижением и реализацией туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом (далее - туроператор);

Турагентская деятельность предполагает деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (далее - турагент);

Другими словами, в отличие от туроператоров турагенты продают уже готовый туристский продукт, но не формируют его. Обратите внимание: из новых определений исчезла оговорка о том, что деятельность туроператоров и турагентов лицензируется. Дело в том, что теперь специального разрешения на ведение этого вида бизнеса не требуется.

Реализация туристского продукта - деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

Постановлением Правительства РФ от 18 июля 2007 г. №452 "Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта" определены понятия "потребитель" и "исполнитель".

Под потребителем понимаются заказчик туристского продукта, имеющий намерение заказать или заказывающий и использующий туристский продукт исключительно для личных, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Под исполнителем понимаются туроператор, который заключает с потребителем договор о реализации туристского продукта, а также турагент, действующий на основании договора со сформировавшим туристский продукт туроператором и по его поручению заключающий договоры о реализации сформированного туроператором туристского продукта в соответствии с Федеральным законом "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и Гражданским кодексом Российской Федерации.

Для того, чтобы дать наиболее полную классификацию видов современного туризма, необходимо использовать наиболее существенные признаки, характеризующие тот или иной вид туризма, в частности, национальная принадлежность туризма; основная потребность, удовлетворение которой обуславливает туристическое путешествие; основное средство передвижения, используемое в путешествии; средство размещения;

продолжительность путешествия; состав группы; организационные формы; основные принципы формирования цены турпродукта и т.д.

К основным видам туризма, формирующимся в зависимости от национальной принадлежности относят национальный (внутренний) и международный (внешний) туризм. Международный туризм, в свою очередь, подразделяется на активный и пассивный, или иначе въездной и выездной туризм.

В зависимости от потребности, обуславливающей туристское путешествие, различают следующие виды туризма:

1. Лечебный (медицинский туризм).
2. Рекреационный туризм.
3. Спортивный туризм.
4. Познавательный туризм.
5. Туризм с деловыми целями.
6. Конгрессный туризм.
7. Культовый (религиозный) туризм.
8. Ностальгический туризм.
9. Транзитный туризм.
10. Самодеятельный туризм.

Разумеется, на практике очень часто имеют место комбинированные туры, сочетающие в одном путешествии несколько видов туризма, обусловленных различными потребностями туристов, например, рекреационный с познавательным, спортивный с рекреационным и т.д. Однако, при анализе туристической деятельности необходимо выделять основные потребности, послужившие побудительным мотивом к путешествию.

В зависимости от транспортных средств, используемых на туристическом маршруте, различают следующие виды туризма:

- Туристы на собственном транспорте организации.
- Транстурсы на арендованном туристском транспорте.

- Туры на личном транспорте туристов.

В зависимости от способа передвижения виды туризма подразделяются:

- Автомобильный туризм.
- Железнодорожный туризм.
- Авиационный туризм.
- Водный (морской) туризм.
- Автобусный туризм.
- Велосипедный туризм.
- Пешеходный туризм.

В зависимости от средств размещения туристов различают следующие виды туризма:

1. Туризм в отеле.
2. Туризм в мотеле.
3. Туризм в пансионе.
4. Кемпинговый туризм.
5. Туризм в туристической деревне, на турбазе и т.д.

Отели, как правило, расположены либо в центре города, либо недалеко от аэропорта или железнодорожного вокзала.

Мотели располагаются либо вдоль автомобильной трассы, либо на окраине города. Проживание в мотеле должно обеспечивать туристам условия по уходу за автомобилем (автостоянки, бензозаправочные станции, автосервис и т.д.).

Турпансионы гостиничного типа с единым управлением, предоставляют клиентам жилье в одном или нескольких номерах, сопутствующие услуги и автономную кухню.

Кемпинги, туристические деревни, турбазы – это помещения, расположенные, как правило, в загородной местности, предназначенные для размещения как обычных, так и автотуристов.

Туристические деревни – это сервисные хозяйства с единым управлением, огороженные и оборудованные для отдыха и ночевки туристов, не имеющих автономного оборудования, необходимого для ночевки.

Помимо перечисленных видов предприятий гостиничного хозяйства, определяющих вид туризма, существуют и такие виды как: дома и меблированные квартиры, дома отдыха, дома молодежи.

Все перечисленные выше средства относят к гостиничным предприятиям различных категорий, и они подлежат сертификации на предмет номенклатуры и качества услуг, оказываемых туристам. Средства размещения разделяются также на постоянные, в которых прием туристов осуществляется круглый год, и сезонные – обслуживающие туристов только в определенное время года, в туристский сезон.

Туризм также в зависимости от времени путешествия подразделяется на сезонный и несезонный.

В зависимости от продолжительности путешествия различают два вида туризма: продолжительный и кратковременный (при кратковременном туризме путешествие осуществляется на срок до 5 – 7 дней).

В зависимости от состава группы различают:

- Массовый туризм (путешествия туристов в составе группы);
- Индивидуальный туризм
- Семейный туризм
- Молодежный (студенческий) туризм.
- Детский (школьный) туризм.
- В зависимости от организационных форм существуют:
 - Организованный туризм.
 - Неорганизованный туризм.
 - Клубный туризм.

В зависимости от определяющего принципа формирования цены на продукт существует коммерческий и социальный (дотационный) туризм. Социальный туризм предполагает определенные дотации в различных формах

как от государственных, так и от общественных организаций, а также коммерческих структур, в целях обеспечения возможности получения отдыха и участия в туристических мероприятиях различных слоев населения, не имеющих для этого достаточного количества денежных средств. Например, пенсионеры, студенты, категория низкооплачиваемых работников и т.д.

1.2. Государственное регулирование туристской деятельности

Уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по оказанию государственных услуг, управлению государственным имуществом, а также правоприменительные функции в сфере туризма, туристской деятельности является Федеральное агентство по туризму (Ростуризм). Оно создано во исполнение Указа Президента РФ от 18 ноября 2004 г. №1453 "О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту".

Недавно Указом Президента РФ от 14.09.2018 №514 "О некоторых вопросах совершенствования государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности" Ростуризм, ранее подведомственный Министерству культуры, РФ, передан в управление Министерства экономического развития РФ. Теперь Минэкономразвития должно будет выработать и осуществлять государственную политику в сфере туризма, а также и разработать нормативно-правовые акты в туристической отрасли. Переход сферы туризма в экономический блок связан с усиливающейся ролью туризма как катализатора в экономическом развитии городов, поскольку необходим программно-целевой подход, который может реализовать министерство экономического развития.

С целью более подробного регламентирования деятельности туристских организаций Правительство РФ издало Постановление от 18 июля 2007 г. № 452, которым утвердило Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.

Правила состоят из пяти разделов, в которых определены:

- общие положения по оказанию услуг;
- требования к организации, которая реализует туристский продукт;
- требования к информации о туристском продукте;
- порядок заключения и расторжения договора о реализации туристского продукта;
- порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору.

До 2007 года организации, осуществляющие турагентскую и (или) туроператорскую деятельность, должны были получать на нее лицензию. Такое требование содержала статья 17 Федерального закона от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности". Благодаря поправкам, которые были внесены Федеральным законом от 2 июля 2005 г. № 80-ФЗ, организациям, которые формируют и (или) продают туры, с 2007 года лицензия не требуется.

1.3. Единый федеральный реестр туроператоров

Итак, с 2007 года туроператорская и турагентская деятельность больше не лицензируется. Однако с 1 июня 2007 года новым методом государственного регулирования рынка туризма был выбран Единый федеральный реестр туроператоров. Следует отметить, что о реестре турагентов (ранее турагентская деятельность также являлась лицензируемой) в Федеральном законе №132-ФЗ не упоминается.

Согласно статье 4.1 Федерального закона №132-ФЗ осуществление туроператорской деятельности на территории Российской Федерации допускается юридическим лицом при условии соблюдения следующих условий:

- наличие *финансового обеспечения* ответственности туроператора (договор или договоров страхования гражданской ответственности за неисполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта и

(или) банковской гарантии или банковских гарантий исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта);

-соответствия лиц, занимающих должности руководителя туроператора, его заместителя, главного бухгалтера, иного должностного лица, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета туроператора, требованиям, установленным частью третьей статьи 4.1 Закона о туристской деятельности;

-*членство в объединении туроператоров* в сфере выездного туризма (в случае осуществления деятельности в сфере выездного туризма);

- наличие *фонда персональной ответственности* туроператора (в случае осуществления деятельности в сфере выездного туризма);

-наличия сведений о туроператоре в *едином федеральном реестре туроператоров*.

Обращаем внимание, что осуществление туроператорской деятельности лицом, сведения о котором отсутствуют в едином федеральном реестре туроператоров, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пятидесяти тысяч до ста тысяч рублей или дисквалификацию на срок от шести месяцев до одного года; на юридических лиц - от пяти миллионов до десяти миллионов рублей.

Таким образом, коммерческие организации могут формировать, продвигать и реализовывать экскурсионные туры (например, в границах города, региона) при указанном выше условии без внесения их в федеральный реестр туроператоров и необходимости иметь финансовое обеспечение. Такое решение законодателей связано, прежде всего, с относительно небольшой стоимостью таких экскурсионных туров и их краткосрочной продолжительностью по времени.

Закон не делает различий между российскими и иностранными туроператорами, реализующими и/или формирующими туристский продукт на территории РФ. И те и другие обязаны иметь финансовое обеспечение,

полученное в порядке и на условиях, которые предусмотрены Федеральным законом "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации".

Запрещается осуществление туроператорской деятельности юридическим лицом, сведения о котором отсутствуют в едином федеральном реестре туроператоров, а также осуществление туроператором туроператорской деятельности в определенной сфере туризма (въездной туризм, выездной туризм, внутренний туризм), сведения о которой в отношении такого туроператора отсутствуют в едином федеральном реестре туроператоров.

В Едином федеральном реестре туроператоров содержатся следующие сведения о туроператоре:

- полное и сокращенное наименования туроператора на русском языке; если в учредительном документе туроператора его наименование указано на одном из языков народов Российской Федерации и (или) на иностранном языке, также наименование туроператора на этом языке;

- адрес, место нахождения туроператора;

- сведения об учредителях туроператора;

- основной государственный регистрационный номер туроператора;

- идентификационный номер налогоплательщика;

- фамилия, имя и отчество (в случае, если имеется) руководителя туроператора;

- размер финансового обеспечения ответственности туроператора, номер, дата и срок действия каждого договора страхования гражданской ответственности за неисполнение туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта (далее - договор страхования ответственности туроператора) и (или) номер, дата и срок действия каждой банковской гарантии исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта (далее - банковская гарантия), наименования, адреса, места нахождения организаций, предоставивших финансовое обеспечение

ответственности туроператора (за исключением туроператоров, которым финансовое обеспечение не требуется);

-сфера туризма, в которой осуществляется туроператорская деятельность (въездной туризм, выездной туризм, внутренний туризм);

-адреса, места нахождения обособленных подразделений туроператора, осуществляющих туроператорскую деятельность;

-адрес официального сайта туроператора в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В отношении туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в реестр также вносятся сведения:

-об общей цене туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год, под которой понимается по данным отчетности величина, полученная путем суммирования общих цен туристского продукта, указанных в договорах о реализации туристского продукта в сфере выездного туризма, заключенных туроператором и турагентом в предыдущем календарном году;

-о членстве туроператора, осуществляющего деятельность в сфере выездного туризма, в объединении туроператоров в сфере выездного туризма;

-о размере уплаченного взноса в резервный фонд;

-о количестве туристов в сфере выездного туризма за предыдущий год, определяемом как итоговое количество туристов, которым в течение предыдущего календарного года туроператором оказаны услуги в сфере выездного туризма по каждому договору о реализации туристского продукта, заключенному туроператором или турагентом с туристом и (или) иным заказчиком туристского продукта;

-о фактическом размере фонда персональной ответственности туроператора, под которым понимается объем денежных средств, накопленных в фонде персональной ответственности туроператора по состоянию на 31 декабря отчетного года;

-о размере ежегодного взноса, перечисленного туроператором в фонд персональной ответственности туроператора в отчетном году.

Вести Единый реестр туроператоров поручено Федеральному агентству по туризму. Вся процедура внесения сведений о туроператоре в реестр также прописана в статье 4.1 Федерального закона № 132-ФЗ и выглядит следующим образом.

Во-первых, туроператор представляет в Федеральное агентство по туризму заявление, содержащее сведения, которые подлежат внесению в реестр. Указанное заявление составляется в письменной форме и удостоверяется подписью руководителя туроператора или иного лица, уполномоченного представлять туроператора. При этом руководитель туроператора или иное лицо, уполномоченное представлять туроператора, указывает данные своего паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации. Вместе с заявлением туроператора о внесении сведений о нем в реестр представляются документы, подтверждающие сведения о туроператоре, подлежащие внесению в реестр, либо засвидетельствованные в нотариальном порядке копии этих документов.

Во-вторых, федеральный орган исполнительной власти в сфере туризма не позднее десяти дней со дня поступления заявления туроператора с приложением всех необходимых документов принимает решение о внесении сведений о туроператоре в реестр либо об отказе во внесении в реестр таких сведений. Указанные решения оформляются соответствующим актом федерального органа исполнительной власти в сфере туризма. За рассмотрение заявления туроператора о внесении сведений о нем в реестр и за внесение этих сведений в реестр плата не взимается.

Решение об отказе принимается в случае, если в процессе рассмотрения заявления и документов выявлены:

- представление недостоверных сведений о туроператоре;
- несоответствие имеющегося у туроператора финансового обеспечения ответственности туроператора требованиям, предусмотренным Законом о туристской деятельности;

- отсутствие фонда персональной ответственности туроператора или несоответствие размера ежегодного взноса туроператора в фонд персональной ответственности туроператора требованиям, предусмотренным Законом о туристской деятельности (для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма);

- непредставление сведений о членстве туроператора, осуществляющего деятельность в сфере выездного туризма, в объединении туроператоров в сфере выездного туризма (для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма);

- несоответствие должностного лица туроператора требованиям, определенным ч.3 ст. 4.1 Закона о туристской деятельности.

Следует знать, что часть сведений о туроператорах, внесенных в реестр, является общедоступной. Они публикуются не реже одного раза в год в государственных периодических печатных изданиях. Кроме того, информация о туроператоре размещается в сети Интернет на сайте Федерального агентства по туризму по адресу <http://www.russiatourism.ru> со сроком обновления три рабочих дня.

1.4. Финансовое обеспечение

Как нетрудно догадаться из названия, речь в данной главе ведется о введении финансового обеспечения деятельности туроператоров, которое является обязательным условием для включения туроператоров в Единый федеральный реестр. Глава VII.1 Закона о туристской деятельности содержит положения о требованиях к предоставляемому финансовому обеспечению, о размерах и сроках его действия, основания и порядок выплаты страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии, а также положения непосредственно о договоре страхования ответственности туроператора.

По замыслу законодателей договор страхования ответственности туроператора либо банковская гарантия должны обеспечивать надлежащее

исполнение туроператором обязательств по всем договорам о реализации туристского продукта, заключаемым с туристами и (или) иными заказчиками непосредственно туроператором либо по его поручению турагентами.

Проанализировав главу VII.1 Закона, можно прийти к выводу, что в договоре страхования или в банковской гарантии должны обязательно содержаться следующие условия:

1) условие, предусматривающее право туриста и (или) иного заказчика, заключивших договор о реализации туристского продукта с турагентом, при наступлении обстоятельств, предусмотренных статьей 17.4 Закона, обратиться к страховщику или гаранту с письменным требованием о выплате страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо об уплате денежной суммы по банковской гарантии;

2) размер финансового обеспечения, не менее указанного в статье 17.2 Закона;

3) срок действия финансового обеспечения не менее одного года.

Финансовое обеспечение должны иметь все российские туроператоры. Однако есть и исключения. Так, **финансовое обеспечение не требуется**, для:

-организации, осуществляющей экскурсионное обслуживание на территории Российской Федерации в течение не более 24 часов подряд;

-государственного и муниципального унитарных предприятий, а также государственного и муниципального учреждений, осуществляющих деятельность по организации путешествий в пределах территории Российской Федерации в целях решения социальных задач;

-туроператора, осуществляющего деятельность в сфере выездного туризма и имеющего сформированный в соответствии со статьей 11.6 Закона о туристской деятельности фонд персональной ответственности туроператора в размере не менее семи процентов от общей цены туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год.

Категория туроператора	Размер финансового обеспечения
Туроператоры, осуществляющие деятельность в сфере <u>внутреннего и/или въездного</u> туризма	Не менее <u>500 тысяч</u> рублей
<p>Туроператоры, осуществляющие деятельность <u>в сфере выездного туризма</u>, при условии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - количества туристов в сфере выездного туризма за год составил не более чем 10 тысяч туристов включительно, общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год составила не более чем 40 миллионов рублей - количества туристов в сфере выездного туризма за год составил более чем 10 тысяч туристов включительно, а общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год составила более 40 миллионов рублей - не осуществление в предыдущем году деятельности в сфере выездного туризма - для юридических лиц, намеревающихся осуществлять туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма и ранее не осуществлявших такой деятельности 	<p>Не менее <u>10 миллионов</u> рублей</p> <p><u>5%</u> общей цены туристского продукта в сфере выездного туризма, <u>но не менее чем 50 миллионов рублей</u></p> <p><u>не менее чем 50 миллионов рублей</u></p> <p><u>не менее чем 50 миллионов рублей</u></p>

При этом установлено, что в случае, если туроператор осуществляет туроператорскую деятельность в нескольких сферах туризма, применяется наибольший размер финансового обеспечения ответственности туроператора.

Аналогичные требования предъявляются к юридическим лицам, осуществляющим на территории Российской Федерации реализацию туристского продукта в сфере выездного туризма, сформированного иностранным юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем либо организацией, не являющейся юридическим лицом в соответствии с

законодательством иностранного государства (далее - иностранный туроператор).

Срок действия финансового обеспечения ответственности туроператора указывается в договоре или договорах страхования ответственности туроператора и (или) банковской гарантии либо банковских гарантиях и не может быть менее чем один год (ст. 17.3 Закона № 132-ФЗ).

В случае заключения нескольких договоров страхования ответственности туроператора и (или) получения нескольких банковских гарантий соответствующие договоры и банковские гарантии должны вступать в силу и прекращать свое действие одновременно.

Финансовое обеспечение ответственности туроператора на новый срок должно быть получено туроператором не позднее сорока пяти дней до дня истечения срока действия имеющегося у туроператора договора страхования ответственности туроператора или договора о предоставлении банковской гарантии.

Сведения о наличии у туроператора финансового обеспечения ответственности туроператора на новый срок представляются в Ростуризм не позднее сорока пяти дней до дня истечения срока действия имеющихся у туроператора договора страхования ответственности туроператора или договора о предоставлении банковской гарантии.

Важно!

Туроператор (независимо от сферы туроператорской деятельности) вправе относить затраты, связанные с финансовым обеспечением ответственности туроператора, на себестоимость туристского продукта (ст. 17.1 Закона № 132-ФЗ).

Нарушение туроператором установленного законодательством порядка определения размера финансового обеспечения ответственности туроператора при осуществлении туроператорской деятельности влечет наложение административного штрафа:

- на должностных лиц в размере от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей;

- на юридических лиц - от пятисот тысяч до одного миллиона рублей (ч.2 ст. 14.51 КоАП РФ).

Согласно статье 17.1 Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" в случае возникновения обстоятельств, указанных в статье 17.4 этого же Закона, финансовое обеспечение должно гарантировать каждому туристу или иному заказчику, заключившему договор о реализации туристского продукта:

-во-первых, возврат денежных средств, внесенных в счет договора о реализации туристского продукта, за услуги, оплаченные, но не оказанные туроператором или третьими лицами, на которых туроператором было возложено исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта;

-во-вторых, выплату денежных средств, причитающихся туристу или иному заказчику в возмещение реального ущерба, возникшего в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения туроператором обязательств по договору о реализации туристского продукта, в том числе денежных средств, необходимых для компенсации расходов, понесенных туристом или иным заказчиком в связи с непредвиденным выездом (эвакуацией) из страны (места) временного пребывания (далее - расходы по эвакуации).

Федеральным законом №132-ФЗ установлено, кто может быть страховщиком по договору страхования ответственности туроператора, и кто может быть гарантом по банковской гарантии.

Страховщиком по договору страхования ответственности туроператора может быть страховая организация, зарегистрированная на территории Российской Федерации и имеющая право осуществлять страхование гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору (далее - страховщик).

Гарантом по банковской гарантии может быть банк, иная кредитная организация либо страховая организация, зарегистрированные в соответствии с Федеральным законом "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" (далее - гарант).

Для туроператоров Федеральный закон №132-ФЗ содержит существенный плюс: договор страхования ответственности туроператора не может быть расторгнут досрочно, а банковская гарантия, выданная туроператору, не может быть отозвана. Это дает туроператору определенные гарантии и обеспечивает стабильность в его деятельности. Ведь наличие финансового обеспечения является неременным условием для внесения туроператора в федеральный реестр туроператоров и, следовательно, возможностью туроператора осуществлять свою деятельность.

1.5. Резервный фонд и фонд персональной ответственности туроператора

При объединении туроператоров в сфере выездного туризма - Ассоциация Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ» создается два фонда:

2.1. Резервный фонд (до 01.01.2017 «компенсационный фонд») - формируется за счет взносов туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма.

При вступлении в члены объединения туроператоров в сфере выездного туризма туроператор уплачивает вступительный взнос в резервный фонд в размере 100 тысяч рублей.

В последующие годы в резервный фонд уплачивается ежегодный взнос, размер которого зависит от итогового количество туристов, которым в течение предыдущего года туроператором оказаны услуги в сфере выездного туризма по каждому договору о реализации туристского продукта, заключенному туроператором или турагентом с туристом и (или) иным заказчиком туристского продукта (см. таблицу):

Размер взноса (руб.)	Количество туристов в сфере выездного туризма за предыдущий год (чел)	Общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год (руб.)	Срок уплаты
100 000	-	-	при вступлении в члены объединения туроператоров в сфере выездного туризма
50 000	не более чем 10 000 включительно	не более 40 000 000	не позднее, чем 15 апреля года, следующего за отчетным
100 000	не более чем 100 000 включительно	более 40 000 000	не позднее, чем 15 апреля года, следующего за отчетным
300 000	более чем 100 тысяч, но не более чем 500 тысяч включительно	более 40 000 000	не позднее, чем 15 апреля года, следующего за отчетным
500 000	более чем 500 тысяч туристов.	более 40 000 000	не позднее, чем 15 апреля года, следующего за отчетным

Важно!

Взносы в резервный фонд должны быть уплачены в течение 30 дней после вступления в силу Закона № 49-ФЗ, т.е. до 30 января 2017 года (ч. 3 ст. 5 Закона № 49-ФЗ).

Туроператор вправе отнести затраты, связанные с уплатой взносов в резервный фонд на себестоимость туристского продукта (ст. 11.4 Закона № 132-ФЗ).

Средства резервного фонда предназначены исключительно для оказания экстренной помощи туристам, находящимся за пределами территории Российской Федерации.

Прекращение членства туроператора в объединении туроператоров в сфере выездного туризма не является основанием для прекращения расходования средств на цели, предусмотренные настоящей статьей.

Туроператору, намеревающемуся осуществлять туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма до начала осуществления деятельности в сфере выездного туризма также необходимо:

-вступить в члены объединения туроператоров в сфере выездного туризма, уплатив вступительный взнос в резервный фонд данного объединения в размере 100 тысяч рублей;

-перечислить взнос в фонд персональной ответственности туроператора в размере 100 тысяч рублей.

Важно!

С 1 января 2017 года осуществление туроператором, не являющимся членом объединения туроператоров в сфере выездного туризма, деятельности в сфере выездного туризма влечет наложение административного штрафа:

- на должностных лиц в размере от пятидесяти тысяч до ста тысяч рублей или дисквалификацию на срок от шести месяцев до одного года;

- на юридических лиц - от одного миллиона до трех миллионов рублей. (ч.3 ст. 14.51 КоАП РФ).

2.2. Фонд персональной ответственности туроператора, осуществляющего деятельность в сфере выездного туризма, формируется за счет ежегодного взноса туроператора в размере 1% общей цены туристского продукта за предыдущий год.

Перечисление ежегодного взноса: равными долями не позднее 15-го числа каждого месяца, следующего за истекшим календарным кварталом.

Туроператор вправе увеличивать размер ежегодного взноса, а также сразу сформировать **фонд максимального размера: не менее 7%** от общей цены туристского продукта за предыдущий год.

По вопросу, связанному с освобождением туроператора в сфере выездного туризма от финансового обеспечения ответственности туроператора

Если размер фонда персональной ответственности туроператора становится максимальным (не менее 7%), финансовое обеспечение ответственности (в сфере выездного туризма) **не требуется** и перечисление взносов в фонд персональной ответственности туроператора прекращается.

Решение об освобождении туроператора в сфере выездного туризма от финансового обеспечения ответственности туроператора и уплаты взносов в фонд персональной ответственности туроператора **на следующий календарный год (т.е. на 2018 год)** принимается Ассоциацией Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ» на основании заявления туроператора и по согласованию с Федеральным агентством по туризму в порядке, установленном Министерством культуры Российской Федерации. Соответствующий приказ Минкультуры России в настоящее время находится на регистрации в Минюсте России.

Туроператоры, которые не осуществляли в предыдущем году деятельность в сфере выездного туризма, и юридические лица, которые намерены осуществлять туроператорскую деятельность в сфере выездного туризма и в текущем году не осуществляли такую деятельность, **должны перечислить взнос** в фонд персональной ответственности туроператора до начала осуществления деятельности в сфере выездного туризма **в размере 100 тысяч рублей.**

Средства фонда персональной ответственности предназначены для выплаты денежных средств, причитающихся туристам и (или) иным заказчикам в целях возмещения реального ущерба, возникшего в результате неисполнения конкретным туроператором обязательств по договору о р

е При прекращении туроператором деятельности в сфере выездного туризма денежные средства фонда персональной ответственности такого туроператора подлежат возврату туроператору при условии выполнения им

и

з

а

всех обязательств перед туристами по заключенным договорам о реализации туристского продукта в сфере выездного туризма.

Важно!

Взносы в фонд персональной ответственности должны быть уплачены туроператором в течение 30 дней после вступления в силу Закона № 49-ФЗ, т.е. до 30 января 2017 года (ч. 3 ст. 5 Закона № 49-ФЗ).

Туроператор вправе отнести затраты, связанные с уплатой взносов в фонд персональной ответственности на себестоимость туристского продукта (ст. 11.6 Закона № 132-ФЗ).

1.6. Презентация туристского потенциала Приморского края и города Владивостока

В настоящее время на Дальнем Востоке создаётся новая модель развития, ориентированная на обеспечение международной конкурентоспособности условий инвестирования и ведения бизнеса на Дальнем Востоке в сравнении со странами АТР.

Создание конкурентоспособной среды для инвестирования на Дальнем Востоке в целом, и на территории Приморского края в частности невозможно без учета потребностей крупного и малого бизнеса, основной целью поездок которого является МІСЕ-туризм. Индустрия делового туризма становится одним из самых перспективных секторов экономики стран Азиатско-Тихоокеанского региона, в том числе и Дальнего Востока России.

Прямое авиасообщение связывает столицу Приморья Владивосток с городами Японии (Нарита, Ниигата, Осака, Тояма), Республики Корея (Сеул, Пусан), КНР (Пекин, Харбин, Далянь), КНДР (Пхеньян), Таиланда (Бангкок) и Вьетнама (Ханой). В Японию и Республику Корея регулярно ходят туристские суда, а для захода иностранных судов в Приморье действуют порты в Находке, Владивостоке, Посъете, Зарубино, Славянке, порты-пункты в бухтах Светлая, Ольга.

Через весь Приморский край проходит Транссибирская железнодорожная магистраль с ответвлениями к государственной границе и к

морскому побережью. В этой связи край выполняет также и такую важную экономическую функцию – служит опорным пунктом для транзитного проезда через территорию края иностранных и российских туристов с оказанием им целого комплекса услуг туристского характера.

Развитие въездного туризма в Приморском крае рассматривается в качестве одного из важных направлений политики и экономики края.

По уровню развития туристской инфраструктуры и концентрации культурно–исторических объектов Приморский край занимает первое место в Дальневосточном Федеральном округе. В регионе располагаются 184 единицы государственных и общественных музеев, картинных галерей, галерей искусств; свыше 2000 единиц памятников истории и культуры (градостроительства, архитектуры, монументально-изобразительного искусства, археологии); 9 театров, 20 кинотеатров, 2 цирка, 1 океанариум; более 60 оркестров, концертных организаций, центров культуры; более 300 единиц досуговых учреждений, около 30 единиц крупных спортивных комплексов, 10 стадионов, 7 специализированных выставочных центров.

В крае действуют более 200 баз отдыха, 198 гостиниц, 17 санаторно-курортных учреждений, около 1100 предприятий питания, более 100 транспортных предприятий, осуществляющих пассажирские перевозки.

Данные о развитии международного въездного туризма в Приморском крае в 2016-2017 годах позволяют сделать вывод о тенденции увеличения объёма туристского потока и значительном преобладании в структуре турпотока туристов из КНР.

Так, в 2017 году, согласно данных Пограничного управления ФСБ России по Приморскому краю, Приморский край посетило 517,9 тыс. иностранных граждан, что на 12 % выше показателя 2016 года. Топ рейтинга по динамике прироста потоков среди основных стран-партнеров в прошедшем году возглавляет Япония. За 2017 год край посетило 18,3 тыс. чел., прирост составил - 110,4%. Второе место занимает Республика Корея. Въездной поток из этой страны составило 100,3 тыс. человек, прирост

- 96,3%, что в два раза превышает аналогичный показатель прошлого года. На такое изменение конъюнктуры в туристической отрасли чутко реагирует бизнес. В августе корейская авиакомпания Air Busan запустила рейсовое сообщение между Владивостоком и Пусаном.

Традиционный партнер - Китайская Народная Республика продолжает занимать лидирующие позиции с объемом прибытий, по всем целям визита, 421,5 тыс. человек. В рамках Соглашения между Правительством Российской Федерации и Правительством Китайской Народной Республики о безвизовых групповых туристических поездках в 2017 году Приморский край посетило 212 571 гражданина КНР, выехали в КНР – 201 545 граждан РФ. По сравнению с 2016 годом въездной международной турпоток из КНР в рамках Соглашения увеличился на 11 % (2016 - 191 434 граждан КНР), выездной международной турпоток из РФ в КНР увеличился на 20,5% (2016 год – 167 191 российских граждан).

Большинство гостей из Поднебесной – это жители северных провинций, которые приезжают на 3-4 дня позаниматься шопингом, попробовать русскую кухню и приобрести различные БАДы из морской флоры и фауны.

Поступления в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации (туризм, гостиницы, рестораны, деятельность по организации азартных игр), при учете динамики поступлений в течение года, за 2017 составили порядка 1 131,3 млн. рублей.

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих туристско-рекреационную деятельность в Приморском крае в 2017 году составило 1473 единицы.

Оборот платных туристских услуг, оказанных населению по итогам года, оценочно составил 6 557 028 тыс. руб., рост значения показателя к 2016 году составил 110%.

Сегодня в Приморском крае есть современная инфраструктура для проведения конгрессных мероприятий с числом участников 1 000 человек и более, и, что не менее важно, есть опыт проведения таких мероприятий, а

также возможность предоставления услуг для приёма деловых туристов и официальных делегаций любого уровня, вплоть до глав государств - кейтеринг, транспортное обслуживание (включая парк автотранспортных средств представительского класса), протокольное, лингвистическое, организационно-логистическое сопровождение, и др. Есть площадки, на которых возможно проведение выставок площадью до 5 000 кв. м и организация экспозиций малого масштаба в качестве сопутствующих мероприятий в рамках привлечённых конгрессов и съездов.

В крае также построены объекты для проведения культурных и спортивных мероприятий мирового уровня – Приморский театр оперы и балета и концертно-спортивный комплекс «Фетисов Арена».

По количеству и масштабу конгрессно-выставочных и событийных мероприятий Приморский край (г. Владивосток) сегодня занимает одну из лидирующих позиций в Дальневосточном федеральном округе.

Высокий уровень деловой активности в крае, организация крупных международных и региональных научных, бизнес, спортивных и развлекательных мероприятий, таких, как Тихоокеанская международная туристская выставка (PITE), Тихоокеанский экономический конгресс, Международный конгресс рыбаков, Международный кинофестиваль стран АТР «Меридианы Тихого», Международный экологический форум «Природа без границ», а также ряд международных спортивных соревнований позволяют создавать региональный турпродукт для различных категорий потребителей.

Состояние природно-рекреационного, культурно-исторического и инфраструктурного потенциала Приморского края позволяет развивать в крае, практически, все виды туризма и обеспечивать ежегодный прием в крае до 5 млн. туристов.

Ежегодно туристов привлекают Сафари-парк, национальный парк «Земля леопарда», парк Драконов, остров Петрова, бухта Триозерье и множество других мест, которыми так богат Приморский край.

Помимо богатого природного разнообразия Приморский край занимает одно из ведущих мест в России по наличию выходов минеральных вод и месторождений лечебных грязей. Основными курортами Приморского края являются курорты «Шмаковка», на которых в качестве основного лечебного фактора используются минеральные углекислые воды, и санаторно-курортная зона Владивостока, которая занимает протяженную прибрежную часть Амурского и Уссурийского заливов. Это курорты: «Садгород», «Амурский залив», «Приморье», «Океанский», «Лазурный», детский центр отдыха «Океан» и многие другие санаторно-курортные организации и турбазы.

В Приморском крае имеется более двух тысяч памятников истории и древней культуры, что является основой для развития познавательного и историко-археологического туризма. Комплекс уникальных оборонительных сооружений «Владивостокская крепость» постройки конца XIX — начале XX века принадлежит к числу самых мощных приморских крепостей мира, признана памятником истории и военно-оборонительного зодчества, ее объекты планируется включить в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Приморский экологический туризм является популярным видом отдыха для туристов. И хотя маршруты проходят по живописнейшим, но порой труднодоступным, местам края, особой спортивной подготовки для экотуризма не требуется. Наиболее востребованными туристскими маршрутами являются горные восхождения, в т.ч. на гору Пидан, которая возвышается на 1332 м над уровнем Японского моря.

В Приморском крае также развиты экстремальные виды активного отдыха: дайвинг, серфинг, парашютизм, парапланеризм, кайтинг, горные лыжи, сноуборд, конно-спортивный и спелеотуризм.

Вполне естественно, что в Приморском крае чрезвычайно популярна рыбалка, о чем свидетельствует хорошо развитый рыболовный туризм. Ведь край является побережьем Тихого океана, и стал колыбелью множества прекрасных озер и рек. Традиционными объектами рыбалки являются морские и речные виды рыбы, разнообразные обитатели морского дна —

крабы, осьминоги, моллюски... Попав однажды в приморские заповедные места, истинные почитатели рыбалки, возвращаются сюда еще и еще, чтобы получить удовольствие от прекрасного отдыха и подводного промысла. Рыбакам предлагается как длительный отдых с проживанием, так и туры на один день.

Богатейшая природа Приморского края создают отличные условия для развития охотничьего туризма. Приморская охота необычайно увлекательна и добычлива. Так как в Приморье обитает огромное количество представителей животного мира.

В спортивной охоте трофеями может стать лось, изюбрь, кабан, пятнистый олень, бурый медведь; из мелких зверей – заяц, барсук, лисица; из прочей дичи – фазан, гуси, утки. Охотиться можно практически на всей территории края, за исключением парков, заповедников и территорий вблизи населенных пунктов. В Приморье находится множество охотничьих угодий, имеющих удобное географическое положение и устойчивые транспортные связи, что делает охотничий туризм еще более привлекательным.

Владивосток является главным туристическим объектом в Приморском крае. Город является крупнейшим транспортным узлом, через который проходят морские, железнодорожные, автомобильные и авиационные транспортные потоки. Во Владивостоке работают семь генеральных консульств иностранных государств: дипломатические представительства КНР, Японии, Республики Корея, КНДР, США, Индии и Вьетнама, канцелярия посольства Киргизии в России, а также 16 почетных консулов других государств, в том числе и европейских. Именно здесь формируются евразийские связи, дающие импульс к развитию международных отношений и экономической активности России со странами АТР.

Для достижения цели преобразовать г. Владивосток в крупный индустриальный, научный, деловой и туристический центр региона была принята краевая целевая программа "Развитие г. Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе" на 2008

- 2019 годы (Закон Приморского края от 17.03.2008 N 226-КЗ). В ней прописан комплекс мероприятий по преобразованию транспортной, коммунальной и социально-культурной инфраструктуры г. Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе и комплекс мероприятий по обеспечению проведения в 2012 году Саммита АТЭС.

Строительство объектов транспортной, образовательной, научной, культурной, гостиничной инфраструктуры в рамках подготовки в г. Владивостоке в 2012 году саммита АТЭС, включающих: реконструкцию аэропорта Владивостока, реконструкцию и строительство транспортной инфраструктуры города Владивостока, возведение комплекса Дальневосточного федерального университета на острове Русский, строительство мостовых переходов через бухту Золотой Рог и пролив Босфор Восточный, театра оперы и балета, Океанариума и ряда других объектов, позволило сформировать новую современную инфраструктуру сервиса, способную реализовывать качественный региональный туристский продукт на мировом туристском рынке.

Усилия, приложенные федеральными властями для реконструкции города к саммиту АТЭС в 2012 году, дали очень хорошие результаты. В 2015 году журнал National Geographic включил Владивосток в десятку самых красивых морских городов мира, а Forbes – в десятку лучших российских городов для отдыха. В национальном всероссийском проекте «Город России», который направлен на выбор наиболее значимого, узнаваемого и символичного города России, с помощью голосования интернет-пользователей Владивосток занял 2-е место. По данным Национального Туристического Рейтинга, направленного на исследование туристского потенциала и привлекательности субъектов Российской Федерации, среди отечественных и иностранных туристов Владивосток вошел в первую группу рейтинга и занял 14-е место из 85. Лидирующие позиции Владивостока в

данных рейтингах свидетельствуют о крайней привлекательности и высоком туристском потенциале города.

В 2014 году Ростуризм презентовал туристический бренд «Восточное кольцо России». Его цель объединить достопримечательности и интересные для туристов события 12 регионов Дальнего Востока и Забайкалья. Предполагается, что в результате реализации проекта будут сформированы туристско-рекреационные кластеры и обеспечивающая инфраструктура. В рамках проекта открылась Приморская сцена Мариинского театра, в планах: открытие филиалов Эрмитажа, Русского музея, Третьяковской галереи и Музея Востока. Однако формирование этого единого туристического маршрута идет медленно.

В 2017 году краевой центр Владивосток посетили около 3 млн туристов, в том числе 640 тыс. иностранцев, из них свыше 90 % туристы из Китая, Республики Корея и Японии. Основу составляет деловой туризм, на который приходится до 70 % въездного потока.

Владивостокский городской округ – это 116,2 км береговой линии залива Петра Великого (полуостров Муравьева-Амурского и около 50 островов, среди которых только 6 имеют площадь свыше одного квадратного километра: Русский, Попова, Рейнеке, Рикорда, Шкота, Елены).

Владивосток располагает наиболее благоприятными на Дальнем Востоке России природно-климатическими условиями, территориями и окружающими его акваториями, которые обладают большим потенциалом для развития туризма. Эффективное использование природных ресурсов региона, развитие въездного туризма в ДФО и, в частности, во Владивостоке имеют большое экономическое значение и предоставляют дополнительные возможности в свете принятия Федерального закона «О свободном порте Владивосток», который вступил в силу 12 октября 2015 г. Согласно закону, на территории порта действует 8-дневный упрощенный визовый въезд в Российскую Федерацию и нахождение в любых регионах страны в течение 8 дней.

Созданию положительного имиджа Владивостока, прежде всего, должно способствовать его продвижение как центра морского туризма в ДФО. Необходимо отметить, что в настоящее время существует множество его форм и видов. Некоторые из них успешно развиваются стихийно, другие требуют больших усилий со стороны государства и частного бизнеса. Наиболее перспективными для туристского рынка Владивостока могут являться следующие виды морского туризма: 1. Яхтенный туризм. Яхтенный туризм обращает на себя повышенный интерес со стороны жителей города и его гостей, а в период проведения в городе праздников и зрелищных мероприятий вносит дополнительный колорит в общий облик Владивостока. На сегодняшний день во Владивостоке существует 4 яхт-клуба, где развивается парусный спорт. Флагманом развития парусного спорта и штаб-квартирой Приморской федерации является яхт-клуб «Семь Футов». Яхт-клуб «Семь Футов» признан Всероссийской Федерацией парусного спорта как ведущий яхт-клуб России и неоднократно признавался лучшим организатором соревнований. Приморская Федерация парусного спорта проводит около 40 соревнований городского, краевого, всероссийского и международного уровня.

2. Круизный туризм. Страны, имеющие выход к морю, ведут жёсткую конкурентную борьбу за возможность принимать у себя круизные лайнеры. В свою очередь, это позволяет странам зарабатывать миллиарды на принятии круизных туристов. В силу своего географического положения Владивосток имеет уникальные перспективы и предпосылки для повышения привлекательности круизного туризма. Огромным плюсом в пользу развития круизного туризма и его колоссальным преимуществом является уже решённый визовый вопрос, что открывает круизным туристам все двери для путешествий.

3. Водные виды спорта. Ещё одним источником для развития морского туризма являются водные виды спорта и связанный с этим событийный туризм. Событийный туризм во Владивостоке развивается быстрыми

темпами. В целях развития событийного туризма в Приморском крае, а также привлечения зарубежных и иногородних туристов ежегодно во Владивостоке проводится около 10 международных спортивных мероприятий.

4. Пляжный туризм. Приморский край обладает уникальными природными ресурсами, среди которых, прежде всего, следует выделить морское побережье: на долю морских границ в крае приходится около 1500 км, при этом общая протяженность морского побережья, пригодного для организации пляжно-купальной рекреации, составляет почти 900 км, что предопределяет пляжный туризм как наиболее популярный и востребованный в Приморье.

5. Экологический морской туризм. Говоря об экологическом морском туризме, нельзя не отметить перспективность экскурсионных маршрутов морского туризма. Тем не менее, развитие морского туризма во Владивостоке практически невозможно с точки зрения транспортной доступности к местам и объектам туристского показа. Направлений для развития морского экологического туризма множество, например, морские экскурсии в заповедники, приморский океанариум ДВО РАН, морское такси для отдыха на островах, организованные рыбалки.

Основная проблема, препятствующая развитию перспективных видов морского туризма, видится в острой необходимости развития пассажирской портовой, причальной и яхтенной инфраструктуры. В основу концепции развития инфраструктуры морского туризма во Владивостоке должны войти возрождение и реконструкция уже существующей системы базирования спортивных, туристических и прогулочных судов, создание элементов яхтенного сервиса, развитие отечественного яхтенного и малого судостроения, создание «марин». В настоящее время на федеральном и региональном уровнях поднимаются вопросы создания портовой инфраструктуры, строительства и модернизации пассажирского флота, улучшения качества услуг, а также формирования бренда морского туризма России.

1.7 Роль органов государственной власти и местного самоуправления в создании благоприятных условий для развития туризма

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. Приоритеты государственной политики в сфере туристской деятельности, а также механизм их достижения определены с учетом требований Федерального закона от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации", федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)", утвержденной Постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 года № 644.

Туристская отрасль сама по себе представляет серьезный самодостаточный сектор экономики, в котором производится 1,5% ВВП страны, создаются новые рабочие места. Туризм повышает уровень товарности рынка, предоставляя услуги населению, которые в потребительских расходах стали занимать значительное место. Для дальневосточного региона туристская отрасль выступает драйвером социально-экономического развития, одной из точек роста экономики в результате интеграции в мировой рынок услуг. При этом следует понимать, что с точки зрения экономического вклада в развитие региона въездной и внутренний туризм вносит значительно больший результат, чем выездной, который означает, что значительные финансовые ресурсы покидают страну.

Принятая в 2015 г. правительственная **Стратегия развития туризма в РФ на период до 2020 г.** (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 31 мая 2014 года № 941-р) не успела устареть и потерять свою актуальность. В ней прописаны приоритетные направления развития туризма в Российской Федерации: развитие внутреннего и въездного туризма; унификация качества туристских услуг в стране, приведение их в соответствие с международными стандартами; создание и развитие

комфортной информационной туристской среды, включая систему туристской навигации, знаки ориентирования, информацию о туристских ресурсах и программах регионов; усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Российской Федерации; координация усилий всех регионов по продвижению туристского продукта Российской Федерации.

При этом основными показателями достижения цели развития туризма в Российской Федерации следует считать: увеличение спроса на отечественный туристский продукт со стороны россиян, в том числе за счет переориентации части потребительского спроса с выездных туристских направлений на внутренние; привлечение большего количества иностранных туристов; увеличение количества повторных поездок, расширение набора потребляемых туристами услуг и удлинение периода пребывания туристов на отечественных курортах; развитие социального туризма.

Ключевыми принципами развития туризма в Российской Федерации выступают: инновационный характер развития туризма; интеграция планов развития туризма во все сферы народного хозяйства и социальной жизни общества (образование, здравоохранение, социальное обеспечение, культура, искусство, наука, промышленность, сфера услуг); стимулирование предпринимательских инициатив участников туристского бизнеса, создание условий для роста количества малых предприятий.

Правовое регулирование в сфере туризма на территории Приморского края осуществляется федеральным и региональным законодательством. Принятый в 2014 году **Закон Приморского края №355-КЗ "О туризме и туристской деятельности на территории Приморского края"** определяет туризм как одно из важнейших направлений социально-экономического развития нашей территории. В нем прописаны цели господдержки туризма – это создание конкурентоспособной туристской индустрии, формирование благоприятного имиджа Приморья, привлечение инвестиций. Закон также устанавливает основные принципы государственного регулирования этой

сферы деятельности: содействие развитию внутреннего регионального и въездного регионального туризма, создание туристско-рекреационных кластеров, поддержка приоритетных направлений развития туристской деятельности.

Приоритетными направлениями государственного регулирования развития туризма и туристской деятельности на территории Приморского края являются:

1) поддержка и развитие внутреннего регионального и въездного регионального туризма, социального регионального туризма, детского туризма и самодетельного регионального туризма;

2) деятельность по инвестированию средств в туристскую инфраструктуру Приморского края.

Реализация столь масштабных мероприятий несомненно потребует активного участия в них государства. Наилучшим представляется программно-целевой подход к решению наиболее важных народнохозяйственных проблем.

В этой связи вполне оправдано появление **государственной программы Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013–2020 годы** (утверждена постановлением администрации Приморского края от 07.12.2012 №396-ПА). Программа направлена на решение стратегических проблем развития туризма в Приморском крае, предусматривая создание инфраструктуры индустрии туризма с использованием кластерного подхода. В указанной программе определены перспективными для развития туризма в Дальневосточном федеральном округе такие виды туризма, как культурно-познавательный, экологический, активный (конный, горнолыжный, экстремальный и т.д.), деловой и круизный. Наиболее перспективным сегментом туристического рынка является деловой и культурный туризм, так как в наибольшей степени соответствует функции Приморского края и г. Владивостока, позволяет эффективно использовать созданную для саммита АТЭС инфраструктуру, закрепить за Приморским

краем статус делового и культурного центра. В указанной программе предусмотрены мероприятия по развитию туристско-рекреационного потенциала Приморского края и формированию туристско-рекреационных кластеров вблизи исторических и культурных центров, заповедников и других ориентированных на туриста мест и объектов показа. Кластерный подход является передовым и эффективным механизмом концентрации усилий как органов государственной власти, так и частных предпринимательских инициатив для создания туристской инфраструктуры. Развитие проектов туристских кластеров на территории Приморского края позволит создать более 1194 новых рабочих мест, приведет к увеличению объемов въездного и внутреннего потоков из стран Азиатско-Тихоокеанского региона и европейской части России до 10 миллионов туристов к 2025 году.

Финансовая поддержка субъектов предпринимательской деятельности, оказывающих услуги по реализации туристского продукта по приоритетным национальным туристским маршрутам

В августе 2018 года Правительством РФ утвержден пилотный проект по предоставлению **субсидий из федерального бюджета на государственную поддержку туроператоров** (утвержден постановлением Правительства Российской Федерации от 8 августа 2018 г. №926).

Субсидии предоставляются в целях возмещения расходов, понесенных туроператорами, зарегистрированными на территории Российской Федерации, в связи с оказанием услуг по реализации туристского продукта по туристским маршрутам, включенным в перечень пилотных субсидируемых приоритетных туристских маршрутов по Российской Федерации, утвержденных Постановлением.

Размер субсидии, предусмотренный на одного туриста для Приморского края составляет 5 000 рублей, вместе с этим минимальная численность туристов на одного туроператора должна составить не менее 300 человек.

Субсидии предоставляются туроператору, зарегистрированному на территории Российской Федерации и реализующему (самостоятельно или

через турагента) свой туристский продукт, при соблюдении следующих условий:

1. Наличие сведений о туроператоре в едином федеральном реестре туроператоров;

2. Реализация туристского продукта по пилотным субсидируемым приоритетным туристским маршрутам по Российской Федерации продолжительностью:

- в отношении туристско-рекреационных маршрутов - не менее 5 дней;

- в отношении культурно-познавательных туристских маршрутов - не менее 3 дней при посещении не менее 2 субъектов Российской Федерации;

3. Соблюдение минимальной численности туристов на одного туроператора, указанной в перечне туристских маршрутов. Минимальная численность туристов по территории Приморского края на одного туроператора 300 человек;

4. Круглогодичный период реализации туристского продукта.

Для получения субсидии заявителю необходимо предоставить документальное подтверждение, в том числе подтверждение платёжными документами, обеспечения туристского потока не ранее года, предшествующего году получения субсидии. Договор с туристом может быть заключен до 28.08.2018 года, но тур должен быть реализован после 28.08.2018 года (с момента вступления в силу Постановления).

Особые правовые режимы ведения предпринимательской деятельности на территории Приморского края.

В целях создания благоприятных условий ведения бизнеса, формирования положительного климата предпринимательской деятельности, в целях реализации инвестиционных проектов на территории Дальнего Востока введены специальные режимы – Территория опережающего социально-экономического развития (далее – ТОСЭР), утвержденный Федеральным законом от 29.12.2014 № 473-ФЗ "О территориях опережающего

социально-экономического развития в Российской Федерации" и Свободный порт Владивосток (далее – СПВ), утвержденный Федеральным Законом от 13.07.2015 № 212-ФЗ "О свободном порте Владивосток".

ТОСЭР — экономическая зона со льготными налоговыми условиями, упрощёнными административными процедурами и другими привилегиями, на которой установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской деятельности с готовой инфраструктурой. ТОСЭР созданы для привлечения инвестиций, ускоренного развития экономики и улучшения жизни населения. Постановлением Правительства РФ для каждой ТОСЭР устанавливаются местоположение границ ТОСЭР, которые определяются по границам кадастровых кварталов, а также утверждаются разрешенные виды деятельности. На территории Приморского края действуют 4 территории опережающего социально-экономического развития, деятельность которых ведется в определённых направлениях. (ТОСЭР «Надеждинская», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 25.06.2015 № 629, ТОСЭР «Михайловский», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 21.08.2015 № 878, ТОСЭР «Нефтехимический», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 07.03.2017 N 272, ТОСЭР «Большой Камень», утвержденная Постановлением Правительства РФ от 28.01.2016 № 43). Ни на одной из ТОСЭР Приморского края не реализуется деятельность, связанная с туристической направленностью.

Свободный порт Владивосток (СПВ)

Резидентом СПВ может стать индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, которые планируют реализовать на территории СПВ новый инвестиционный проект, либо указанные в заявке на заключение соглашения об осуществлении деятельности виды предпринимательской деятельности являются для него новыми, то есть не осуществлялись им до даты направления заявки. На территории Приморского края 16 муниципалитетов являются резидентами СПВ:

1. Артемовского городского округа

2. Владивостокского городского округа
3. городского округа Большой Камень
4. Лазовского муниципального района
5. Находкинского городского округа
6. Партизанского городского округа
7. городского округа Спасск-Дальний
8. Уссурийского городского округа
9. Надеждинского муниципального района
10. Шкотовского муниципального района
11. Октябрьского муниципального района
12. Ольгинского муниципального района
13. Партизанского муниципального района
14. Пограничного муниципального района
15. Хасанского муниципального района
16. Ханкайского муниципального района.

Созданные налогово-правовые механизмы позволяют работать с минимальной налоговой нагрузкой на бизнес в период выхода проекта на прибыль и в течение последующих 5–10 лет. Это дает возможность значительно сократить сроки реализации и окупаемости проекта, повысить его доходность.

Таблица преференций на территории СПВ

Административные преференции	
Право на предоставление земельных участков в аренду	без торгов, по кадастровой стоимости
Разрешение на иностранную силу	доля до 20% - для всех резидентов более 20% - по решению Наблюдательного Совета
Сокращенное время проведения плановых контрольных проверок	не более 15 дней

Сокращенное время проведения внеплановых контрольных проверок	не более 5 дней
Беспошлинный и безналоговый режим Свободной таможенной зоны (СТЗ)	вывоз оборудования, ввоз, хранение

Налоговые преференции	Общие условия	Резидент СПВ
Налог на прибыль	20 %	0 % – 5НП 12 % – сл. 5 НП
Федеральный бюджет	3 % (2017-2020гг.)	0 % – 5 НП
Региональный бюджет	17 % (2017-2020гг.)	0 % – 5 НП 10 % – сл. 5 НП
Налог на имущество	2,2 %	0 % – 5 лет 0,5 % – сл. 5 лет
Земельный налог	не более 1,5 %	0 % – 5 лет
Страховые взносы	30 %	7,6 % – 10 лет
ПФР	22 %	6 % – 10 лет
ФСС	2,9 %	1,5 % – 10 лет
ФОМС	5,1 %	0,1 % – 10 лет

Указанные налоговые ставки применяются *при условии:*

-доходы от деятельности, осуществляемой при исполнении соглашений об осуществлении деятельности соответственно на территории опережающего социально-экономического развития либо на территории свободного порта Владивосток, составляют не менее 90 процентов всех доходов, учитываемых при определении налоговой базы по налогу в соответствии с настоящей главой (подпункт 1 пункта 2 статьи 284.4 НК РФ);

-налогоплательщиком ведется отдельный учет доходов (расходов), полученных (понесенных) от деятельности, осуществляемой при исполнении соглашений об осуществлении деятельности соответственно на территории опережающего социально-экономического развития либо на территории свободного порта Владивосток, и доходов (расходов), полученных (понесенных) при осуществлении иной деятельности (подпункт 2 пункта 2 статьи 284.4 НК РФ).

В целях соблюдения условия, установленного подпунктом 1 пункта 2 статьи 284.4 НК РФ при расчете соотношения доходов в составе всех доходов следует учитывать, что согласно пункту 1 статьи 248 НК РФ к доходам для целей налогообложения прибыли организаций относятся доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав (статья 249 НК РФ) и внереализационные доходы (статья 250 НК РФ).

При этом в соответствии с подпунктами 6 и 11 статьи 250 НК РФ внереализационными доходами налогоплательщика признаются доходы в виде положительной (отрицательной) курсовой разницы, образующейся (возникающей) при определенных условиях, а также в виде процентов, полученных по договорам займа, кредита, банковского счета, банковского вклада, а также по ценным бумагам и другим долговым обязательствам.

Следовательно, при расчете доли доходов в расчет включаются все внереализационные доходы (в том числе курсовые разницы).

В случае получения статуса резидента СПВ в середине года и получения прибыли, пониженная налоговая ставка по налогу на прибыль организаций в размере 0 процентов, применяется ко всей налоговой базе полученной с начала налогового периода, при соблюдении условий, установленных статьей 284.4 НК РФ.

Особым правовым режимом в РФ также пользуются так называемые особые экономические зоны туристско-рекреационного типа, которые предлагают благоприятные условия для организации туристического, спортивного, рекреационного видов бизнеса. Особые экономические зоны

(ОЭЗ) - это масштабный федеральный проект, направленный на развитие регионов путем привлечения прямых российских и иностранных инвестиций. В России таких ОЭЗ 9 (ОЭЗ ТРТ «Байкальская Гавань», «Бирюзовая Катунь», «Ворота Байкала», «Завидово», 5 «Курорты Северного Кавказа»), однако, Приморский край к таким зонам пока не относится.

Муниципальная политика в области создания условий для развития туризма на территории города Владивостока

В соответствии со статьей 3.3 №132-ФЗ к правам органов местного самоуправления в сфере развития туризма относятся:

-реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма на территориях муниципальных образований, в том числе социального туризма, детского туризма и самодеятельного туризма;

-содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам, находящимся на территориях муниципальных образований, и средствам связи, а также получения медицинской, правовой и иных видов неотложной помощи;

-организация и проведение мероприятий в сфере туризма на муниципальном уровне;

-участие в организации и проведении международных мероприятий в сфере туризма, мероприятий в сфере туризма на всероссийском, межрегиональном, региональном и межмуниципальном уровне;

-содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований.

Особенность местного управления туризмом заключается в том, что на него непосредственно ложатся такие функции, как участие в реализации региональных программ, а также прямое взаимодействие с субъектами предпринимательской деятельности.

Уполномоченным органом по реализации муниципальной политики в области развития туристской отрасли на территории города Владивостока выступает Управление международных отношений и туризма

администрации города Владивостока, находится по адресу: г. Владивосток, 690091, ул. Фонтанная, 47, Телефон: 7(423)2-614-357, 2-614-105, E-mail: virc@vlc.ru.

Также в настоящее время для комплексной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территории города Владивостока на территории города Владивостока реализуется **муниципальная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в городе Владивостоке» на 2014-2020 годы** (далее – Программа), утвержденная постановлением администрации города Владивостока 18.09.2013 № 2673.

Программа направлена на обеспечение лучших организационных условий для реализации проектов, направленных на развитие приоритетных отраслей экономики города Владивостока, включающих оказание имущественной, финансовой, образовательной, консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства, зарегистрированным и осуществляющим деятельность на территории города Владивостока.

1.8 Реестр организаций, образующих инфраструктуру поддержки предпринимательства в туристической отрасли на территории Владивостокского городского округа

В рамках реализации вышеупомянутой государственной программы Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» осуществляет деятельность **АНО «Туристско-информационный центр Приморского края»**, созданное с целью формирования комфортной информационной среды в сфере туризма Приморского края и продвижения региона на внутреннем и международном туристских рынках.

Основной целью ТИЦ является формирования комфортной информационной среды в сфере туризма Приморского края и продвижения региона на внутреннем и международном туристских рынках.

Для реализации данной цели, перед Туристско-информационным центром поставлены следующие задачи:

- предоставление справочно-информационных услуг об объектах туристского показа и инфраструктуры;
- формирование единого информационного туристского пространства на территории Приморского края;
- продвижение туристского бренда Приморского края и брендов туристских кластеров края;
- продвижение туристского ресурса Приморского края на внутреннем и международном туристских рынках;
- формирование позитивного имиджа и узнаваемости Приморского края на внутреннем и международном туристском рынках;
- создание условий для развития конгрессно-выставочной деятельности и делового туризма (MICE-туризма);
- поддержка и развитие туристских и экскурсионных маршрутов Приморского края;
- разработка рекомендаций для иностранных туристов по безопасному пребыванию в Приморском крае;
- формирование календаря туристских событий Приморского края;
- увеличение внутреннего и въездного туристических потоков и продолжительности пребывания туристов в Приморском крае;
- создание условия для повышения квалификации специалистов туристской отрасли: организация и проведение информационно-обучающих семинаров, круглых столов, конференций, иного обучения специалистов сферы туризма и гостеприимства;
- осуществление мониторинга сферы туризма и гостеприимства на территории Приморского края;
- участие в организации и проведении мероприятий в сфере туризма, организуемых Администрацией Приморского края;
- организация, проведение и участие в межрегиональных, международных туристских выставках, ярмарках, форумах, конференциях, семинарах, круглых столах по вопросам туризма;

- организация и проведение форумов, выставок, презентаций в сфере туризма;

- сопровождение работы полиязычного Интернет-портала о туризме в Приморском крае.

АНО «Туристско-информационный центр Приморского края» находится по адресу: г. Владивосток, ул. Семеновская, 29 (отель "Hyundai", 1 этаж), телефон: (423) 240-71-21, 240-71-20, сайт <http://tour.primorsky.ru/>.
Директор - Гусева Дарья Александровна.

Значительная часть предпринимателей в туристической отрасли — владельцы средств размещения, транспортных предприятий, туристических агентств, а также отдельные профессионалы, выходящие на туристический рынок в качестве фрилансеров. Именно эта наиболее гибкая к изменениям социальная категория может сыграть ключевую роль в адаптации туристического рынка к новым условиям, перенаправлении массового выездного туризма на внутренние направления, предложении новых турпродуктов и видов туризма, строительстве необходимой инфраструктуры.

Одним из ключевых элементов инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территории города Владивостока выступает **МКУ "Центр развития предпринимательства"**, созданный решением Администрации г. Владивостока в качестве основной исполнительной площадки для реализации механизмов муниципальной поддержки МСП и эффективного взаимодействия бизнеса и власти.

Деятельность учреждения осуществляется в рамках муниципальной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в городе Владивостоке на 2014-2018 годы» (утв. постановлением администрации города Владивостока от 18 сентября 2013 г. N 2673) и направлена на решение следующих задач:

-оказание методической и консультационной помощи субъектам предпринимательства по вопросам правового обеспечения деятельности, финансового планирования (оптимизация налогообложения, бухгалтерский

учет, привлечение инвестиций и займов), действующим мерам господдержки, предоставления муниципальной имущественной и финансовой поддержки;

-организация участия субъектов малого и среднего предпринимательства в значимых выставках, ярмарках, форумах, конференциях (во Владивостоке, других регионах России и за рубежом);

-организация бизнес-обучения по различным вопросам осуществления деятельности с привлечением федеральных экспертов и опытных предпринимателей;

-прием документов от субъектов предпринимательства на предоставление муниципальной финансовой поддержки;

-организация построения диалога представителей бизнеса и власти по стратегическим аспектам ведения бизнеса путем проведения мероприятий (круглых столов, рабочих встреч) с участием представителей органов власти, контрольно-надзорных органов, организаций инфраструктуры поддержки МСП;

-организация участия предпринимателей в деловых встречах с иностранными инвесторами;

-информационно-справочное сопровождение деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства и аналитика;

-содействие в реализации инвестиционных проектов.

-пропаганда и популяризация предпринимательской деятельности.

МКУ "Центр развития предпринимательства" находится по адресу: г. Владивосток, ул. Запорожская, д. 77, оф. 813, тел.: (423) 260-68-03, сайт (<http://www.crpvl.ru>). Директор - Новгородова Елена Викторовна.

Некоммерческая организация «Тихоокеанский туристический союз» создана инициативными участниками тур-индустрии и профессионалами коммуникационного бизнеса, объединенными идеей развития туризма в тихоокеанских регионах Дальнего Востока. Цель деятельности - повышение туристической привлекательности и увеличение въездного и внутреннего туристического потока через объединение ресурсов и возможностей ключевых игроков туриндустрии и других смежных отраслей.

Предметом деятельности Союза является:

- проведение маркетинговых исследований на рынке туризма, разработка и реализация маркетинговой стратегии регионов как туристического направления;

- сбор информации для оценки и анализа состояния туристского рынка, проведение опросов и анкетирования, изучение характеристик въездного и внутреннего туристического потока и выработка рекомендаций для участников туристической индустрии по их использованию;

- создание и ведение единой базы лучших туристических продуктов;

- разработка брендинга для регионов и отдельных туристических продуктов;

- разработка и реализация специальных долгосрочных и краткосрочных

- маркетинговых программ в интересах членов Союза и всего туристического рынка в целом;

- информационная и рекламная поддержка членов Союза и их проектов на собственных и сторонних информационных ресурсах;

- разработка веб-сайтов, страниц в социальных сетях на русском, английском, китайском, корейском и японских языках;

- формирование собственной базы фото- и видеоконтента регионов для собственных интернет-ресурсов и передачи в сторонние СМИ и онлайн-ресурсы для продвижения на ключевых туристических рынках;

- приобретение авторских прав на фото- и видеоконтент сторонних авторов для использования на собственных информационных и интернет ресурсах;

- создание профессионального туристического контента для медиа, журналов, газет, интернет ресурсов на русском, английском, китайском, корейском и японских языках;

- организация и проведение блогерских туров, ознакомительных туров для СМИ и представителей российских и иностранных туристических операторов и агентов;

- создание полиграфической и другой рекламной продукции по продвижению деятельности членов Союза;

- информирование о деятельности Союза и его членах, в том числе распространение рекламы и размещение ее в средствах массовой информации и на других ресурсах (печатных изданиях, радио и телевидении, интернете) по тематике Союза;

- осуществление проектного менеджмента, включая организацию конференций, форумов, семинаров, круглых столов и других диалоговых коммуникационных площадок;

- участие в российских и международных выставках, конференциях, ярмарках и других мероприятиях, связанных с развитием туризма, разработка коллективных выставочных стендов членов Союза для выставок и других отраслевых туристских мероприятий;

- развитие международного сотрудничества с отраслевыми ассоциациями, оргкомитетами выставок и форумов, представителями российских и иностранных государственных структур в области развития туризма, участие в международных конференциях, форумах и выставках;

- организация обучающих семинаров, профильных тренингов для участников регионального туристского рынка;

- предоставление консультационных услуг объектам туристской инфраструктуры;

- взаимодействие, координация и сотрудничество с оргкомитетами событийных мероприятий, проводимых в регионах, управление событийным календарем регионов;

- взаимодействие, координация и сотрудничество с отраслевыми ассоциациями отельного и ресторанного бизнесов, авиа, железнодорожного и морского транспорта, с отдельными субъектами других смежных с туризмом отраслей;

- разработка рекомендаций и формирование инициатив для государственных органов законодательной и исполнительной власти разного уровня в области развития туризма;

- изучение и внедрение инноваций, лучшего отечественного и мирового опыта в сферу туризма;

- формирование технического задания, поиск и отбор контрагентов и подрядчиков при реализации проектов, связанных с деятельностью Союза;

- реализация комплексной программы гостеприимства, направленной на постоянный;

- анализ и контроль качества оказываемых услуг предприятиями индустрии туризма;

- организация методической работы по повышению качества обслуживания на объектах индустрии туризма, проведение мероприятий в данном направлении.

Контактная информация Союза: тел.: +79147910030, сайт <http://prta.pro/>
Генеральный директор - Потапенко Кирилл Геннадьевич

Приморское региональное отделение Российского Союза Туриндустрии

Российский Союз Туриндустрии - крупнейшее отраслевое объединение, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма.

РСТ защищает коллективные интересы участников Союза и права обслуживаемых ими клиентов, участвует в работе по:

- совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере туризма;
- противодействию монополизации туристского рынка;
- оперативному разрешению конфликтных ситуаций в сфере туризма;
- привлечению инвестиций для развития туристской инфраструктуры;
- совершенствованию системы подготовки кадров;

- созданию новых турпродуктов и продвижению новых туристских направлений;
- внедрению новых технологий.

РСТ - член Всемирной туристской организации (ЮНВТО), Торгово-промышленной палаты РФ и Российского союза промышленников и предпринимателей, Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России».

Контактная информация ПРО Российского Союза Туриндустрии: г.Владивосток, ул. Светланская 55Б, (423) 266-36-00, факс 222-02-59, сайт: www.rstprim.ru. Исполнительный Директор - Гуревич Ольга Юрьевна.

Глава 2. ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Любой бизнес существует в рамках определенного правового поля. Правила игры установлены законодательством. Чтобы узаконить ваш бизнес, необходимо пройти государственную регистрацию. Ваша задача – четко выполнить все требования.

Стоит сказать, что в туристическом бизнесе существует два основных понятия – это туристическое агентство и туристический оператор. Не стоит путать эти понятия. Согласно российскому законодательству это совершенно разные организационные структуры. Туристическое агентство занимается тем, что продает туристический продукт (путевки на отдых, туры), выступая в роли агента. То есть посредником между потребителем услуги (туристом) и туроператором. Туристическое агентство может быть зарегистрировано как на физическое лицо (ИП), так и на юридическое лицо (ООО).

В свою очередь туроператор – это организация, непосредственно отвечающая за оказание туристических услуг. Она создает туристический маршрут, заключает договора со всеми лицами, определяет время, бронирует гостиницы, договаривается с перевозчиками, экскурсоводами и так далее. Туроператор это нечто большее, нежели чем просто турфирма или турагентство. И спрос с него соответственно выше. Поэтому туроператор, в

соответствии с законодательством, может быть зарегистрирован только как юридическое лицо.

Большинство зарегистрированных в России турфирм — это именно общества с ограниченной ответственностью.

Связано это именно с тем, что такая форма организация бизнеса менее рискованна.

Кроме того, отмечают такое преимущество ООО, как возможность расширения фирмы, а именно регистрации нескольких юридических лиц на одного учредителя. То есть, к примеру, филиалы турагентства могут быть оформлены как отдельные юридические лица, но учредитель у них будет один.

Все существующие в 2018 году плюсы и минусы ООО и ИП представлены в таблице ниже. От правильности выбора организационно-правовой формы бизнеса будет зависеть как сама процедура регистрации, так и размер налогов к уплате и другие сопутствующие моменты.

Наименование характеристики	ИП	ООО
Регистрация	Простая процедура по месту жительства физлица – занимает 3 рабочих дня, пакет документов – минимальный, величина обязательных затрат – 800 руб. на уплату госпошлины	Сложная процедура по юридическому адресу учредителя – занимает 3 рабочих дня, пакет документов обязательно должен включать устав, договор между учредителями, госпошлина – 4000 руб., дополнительно нужно открывать р/счет и вносить вклад в уставный капитал – минимум 10000 руб.
Уставный капитал	Нет	Минимально 10000 руб.
Учредители	Сам гражданин	Законодательно допускается оформление до 50 учредителей, 50 соучредителей
География ведения деятельности	Свободная география, работать можно по всей РФ	Работать можно по адресу регистрации, то есть по юридическому адресу.

		Открытие ОП требует регистрации в каждом территориальном подразделении ИФНС, фондах
Виды ОКВЭД	ИП доступны не все виды деятельности, а для осуществления некоторых необходимо оформлять лицензии, разрешения и специальные допуски	Доступны все виды деятельности
Имущественная ответственность	По долгам и требованиям кредиторов отвечает гражданин всем своим имуществом, после закрытия ИП обязательства остаются в силе	Учредители ООО несут ответственность в пределах размера уставного капитала, после закрытия общества наступает субсидиарная ответственность
Ведение учета	По Закону от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» ИП освобождены от обязанности по ведению учета, при этом необходимо вести учет своих доходов и расходов, а также объектов налогообложения по отдельным налогам	В полной мере необходимо вести бухгалтерский и налоговый учет, составлять расчеты, декларации, бухгалтерские формы
Касса	Соблюдение кассовой дисциплины, включая расчет лимита, не является обязанностью ИП	Необходимо в полной мере вести кассовый документооборот, включая кассовую книгу, ПКО, РКО, журнал кассира
Допустимые системы налогообложения	ОСНО, ЕНВД, ПСН, УСН, ЕСХН	Все, кроме ПСН
Распределение прибыли	Свободное распоряжение доходами	Наличные и безналичные средства можно расходовать только на определенные цели – зарплату, подотчетные суммы, хозяйственные нужды; дивиденды облагаются НДФЛ по ставке в 13 % для физлиц
Работники	Можно вести бизнес без оформления трудовых договоров, если	В любом случае является работодателем

	принимаются наемные работники, требуется регистрация ИП в ФСС и ПФР в качестве работодателя	
Возможность открытия ОП – филиалов и представительств	Не требуется	При создании ОП необходимо регистрировать изменения в учредительной документации, ставить подразделение на учет в ИФНС
Привлекательность для внешних кредиторов/инвесторов	Низкая, так как сложнее составить бизнес-план и фин. предложение	Высокая, так как обычно есть залог, поручители, бух. отчетность прозрачная и понятная
Процедура ликвидации	Упрощенная, по заявлению, пошлина составляет всего 160 руб.	Длительный и сложный процесс, обязательно проведение проверок, включая ИФНС и фонды, пошлина составляет 800 руб.
Штрафы	Предприниматель штрафуется как физлицо	ООО штрафуется как юридическое лицо – в некоторых случаях суммы штрафа могут достигать 60 млн. руб.

Шаг 1. Выбираем форму регистрации

Еще до подачи документов на регистрацию нужно выбрать организационно-правовую форму для вашей компании, а также определить, по какому адресу будет поддерживаться связь с вашей фирмой. Для ИП проще, так как используется адрес регистрации заявителя.

Самыми распространенными организационно-правовыми формами юридических лиц являются:

- общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- акционерное общество (АО).

Порядок учреждения ООО регламентирован ст. 11 Федерального закона от 08.02.1998 №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной

ответственностью», порядок учреждения ЗАО, ОАО – ст. 9 Федерального закона от 26.12.1995 №208-ФЗ «Об акционерных обществах».

ООО, или общество с ограниченной ответственностью, является самой простой и самой распространенной формой юридического лица в России. Простота обусловлена тем, что не нужно уставный капитал оформлять в виде акций, как в акционерном обществе, а участники несут ответственность и риски по обязательствам общества в пределах своих долей в уставном капитале.

Срок регистрации ООО и ИП налоговым органом определён законом и равняется 3 рабочим дням.

Стоимость регистрации ООО будет равна размеру госпошлины — 4000 руб., ИП – 800 руб. Самостоятельная регистрация исключает оплату услуг юристов и нотариуса, что значительно экономит Ваши средства. Процесс оформления, с одной стороны достаточно простой, с другой — для человека неискушенного он пестрит большим количеством нюансов и вариантов.

Технически вся процедура регистрации состоит из двух основных этапов:

Подготовка необходимых для регистрации компании документов;

Подача документов на государственную регистрацию компании и их получение.

Шаг 2. Определяемся с адресом

Адресом регистрации юридического лица считается тот адрес, по которому находится его руководитель – директор, генеральный директор и т. п., или, выражаясь языком закона, «постоянно действующий исполнительный орган компании».

В качестве адреса организации можно использовать адрес собственного офиса учредителя, в том числе и домашний адрес руководителя фирмы. Адресом компании может быть и адрес арендованного помещения.

Существуют фирмы, которые специализируются на создании и продаже готовых компаний. Соклазн обратиться к ним велик. Однако адресом такой готовой компании нередко становится так называемый адрес массовой регистрации, по которому могут быть зарегистрированы десятки компаний.

Убедитесь, что вам не предложен один из них. Для этого воспользуйтесь сервисом «Адреса массовой регистрации» на сайте www.nalog.ru.

Для налоговых органов адрес массовой регистрации – один из признаков фирмы-однодневки.

Правила государственной регистрации установлены Федеральным законом от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Шаг 3. Выбираем способ оформления и подачи документов

Документы могут быть подготовлены и поданы в налоговую инспекцию любым удобным для вас способом:

- на бумаге;
- в электронном виде. Для этого можно воспользоваться специальным программным обеспечением или сервисом, разработанными ФНС России.

По мимо сайта ФНС существует множество онлайн сервисов подготовки документов на регистрацию ООО и ИП. Их преимущество перед самостоятельной подготовкой документов заключается в удобстве и скорости внесения данных непосредственно через страницы сайта и получение уже готовых к распечатке документов. Но основным преимуществом является, конечно же, исключение возможности допущения ошибки при заполнении формы Р11001, которая может повлечь за собой отказ в регистрации ООО

Программа и сервис регистрации

1. Заполнить в интерактивном режиме заявление и направить его в налоговую инспекцию поможет Программа подготовки документов,

используемых при регистрации юридических лиц на сайте www.nalog.ru. Достаточно ввести данные, и программа заполнит все графы.

2. Подготовить полный пакет документов в электронном виде и направить его в налоговый орган можно используя сервис «Поддача электронных документов на государственную регистрацию» так же на сайте www.nalog.ru.

При формировании электронного пакета образцы документов должны быть отсканированы и подписаны усиленной квалифицированной электронной подписью заявителя, либо нотариуса.

Получить личную электронную подпись вы можете в специализированных удостоверяющих центрах, список которых расположен на сайте Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации www.minsvyaz.ru/ru.

Ключ электронной подписи должен быть действителен на момент подписания электронного документа и на день направления документов в налоговый орган.

Электронные документы упаковываются в транспортный контейнер с описью вложения.

Шаг 4. Формируем пакет документов

Для регистрации ООО вам потребуются следующие документы:

- заявление о государственной регистрации юридического лица при создании (форма № Р11001).
- решение о создании, оформленное решением единственного учредителя или протоколом общего собрания учредителей;
- устав ООО (АО). Представляется в двух подлинных экземплярах в случае представления лично или по почте и в одном экземпляре – при направлении в электронном виде;
- квитанция об уплате государственной пошлины в размере 4000 руб. Сформировать квитанцию на уплату госпошлины можно с помощью сервиса

«Уплата госпошлины» на сайте www.nalog.ru
(<https://service.nalog.ru/static/personal-data.html?key=payment&from=%2Fgp2.do>);

- документ, подтверждающий статус учредителя, если им выступает иностранное юридическое лицо.
- документы, подтверждающие адрес (копия свидетельства о праве собственности на помещение, гарантийное письмо от собственника).

Перечень документов для государственной регистрации юридического лица установлен в ст. 12 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Для регистрации ИП вам потребуются следующие документы:

Если вы совершеннолетний гражданин Российской Федерации, для регистрации вам потребуются следующие документы:

- заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (форма № Р21001);
- копия российского паспорта;
- квитанция об уплате госпошлины в размере 800 руб.

Шаг 5. Сдаем документы

Документы могут быть переданы в налоговую инспекцию любым удобным для вас способом:

- лично: подготовив необходимые документы, описанные выше, все учредители (если их несколько), взяв с собой паспорта, направляются в налоговую. Заверять подписи учредителей ООО, так же как и ИП у нотариуса при личной подаче документов на первичную регистрацию не нужно, но обязательно присутствие всех учредителей (ИП), как при сдаче, так и при получении документов.
- по почте с объявленной ценностью и описью вложения;
- в электронном виде.

Направить электронные документы может как сам заявитель, так и нотариус, засвидетельствовавший подлинность подписи заявителя на заявлении.

Инспекция примет документы и выдаст (направит) расписку в их получении.

Шаг 6. Получаем свидетельство

Если все документы в порядке, в налоговой инспекции через 3 рабочих дня вы сможете получить:

- лист записи Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ);
- один экземпляр устава с отметкой регистрирующего органа;
- свидетельство о постановке на учет российской организации в налоговом органе по месту ее нахождения. В нем указывается идентификационный номер налогоплательщика – ИНН и код причины постановки на учет – КПП.

ИНН присваивается организации один раз и остается неизменным все время ее существования. При изменении адреса юридического лица меняется только КПП.

Документы можно забрать лично или через представителя по нотариально удостоверенной доверенности. Их могут направить в ваш адрес и по почте.

В случае отказа в регистрации вы получите документ с причиной отказа. Исчерпывающий список причин для отказа приведен в п. 1 ст. 23 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Компания не обязана иметь круглую печать.

Компания может иметь различные штампы и бланки со своим фирменным наименованием.

С 7 апреля 2015 года отменена обязанность для обществ с ограниченной ответственностью и акционерных обществ иметь печать.

После регистрации и постановки на учет компания может открыть счет в любом банке, а также, в случае предоставления банком такой возможности, использовать для проведения электронных расчетов корпоративное электронное средство платежа (КЭСП).

Порядок открытия счета и перечень необходимых документов определены Инструкцией Банка России от 30.05.2014 № 153-И «Об открытии и закрытии банковских счетов, счетов по вкладам (депозитам), депозитных счетов».

Порядок использования корпоративного электронного средства платежей установлен Федеральным законом от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе».

С 2 мая 2014 г. отменена обязанность налогоплательщиков сообщать в налоговые органы об открытии (закрытии, изменении реквизитов) счетов (лицевых счетов) в банке, о возникновении или прекращении права использовать корпоративные электронные средства платежа для переводов электронных денежных средств.

Компания вправе иметь не один расчетный счет, а несколько. Счета могут быть открыты в разных банках, в том числе и в банках, расположенных за пределами Российской Федерации.

Глава 3. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Одним из наиболее действенных рыночных механизмов, прочно зарекомендовавших себя в теории и практике государственного влияния на экономические процессы, является налогообложение. Главной целью налоговой политики государства является создание механизма эффективной налоговой системы, обеспечивающей развитие предпринимательской деятельности, высокую собираемость налогов и в целом повышение благосостояния населения. Налоговый кодекс РФ установлены следующие виды налогов и сборов: федеральные, региональные и местные.

8 федеральных налогов и сборов (ст. 13 НК РФ): налог на добавленную стоимость; акцизы; налог на доходы физических лиц; налог на прибыль организаций, налог на добычу полезных ископаемых; водный налог; сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов; государственная пошлина.

3 региональных налога (ст. 14 НК РФ): налог на имущество организаций; налог на игорный бизнес; транспортный налог.

3 местных налога и сбора (ст. 15 НК РФ): земельный налог; налог на имущество физических лиц; торговый сбор. Совокупность этих налогов и сборов представляет собой общий режим налогообложения.

В то же время наряду с общим режимом налогообложения существуют особые налоговые режимы, применение которых освобождает фирмы и предпринимателей от уплаты ряда федеральных, региональных и местных налогов и сборов.

В целом туристские организации в настоящее время могут функционировать в условиях четырех основных систем налогообложения:

- общей системы налогообложения (ОСНО);
- упрощенной системы налогообложения (УСН);
- системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД);
- патентной системы налогообложения (ПНС).

Туроператоры и турагенты вправе применять общую систему налогообложения или УСН, в то время как предприятия, непосредственно оказывающие услуги туристам вне мест их постоянного пребывания, могут использовать также ЕНВД (например, оказывающие услуги общественного питания, услуги по временному размещению и проживанию) и патентную систему налогообложения (например, оказывающие автотранспортные услуги по перевозке пассажиров автомобильным транспортом, изготавливающие изделия народных художественных промыслов, экскурсионные услуги, услуги по прокату).

3.1 Общая система Налогообложения

ОСНО - Общая (стандартная) система налогообложения – это самый сложный режим налогообложения из всех существующих в России, характеризующийся большим количеством налогов, обязанностью ведения полного бухгалтерского и налогового учета.

На ОСНО по умолчанию переводятся все предприниматели и организации, не определившиеся с выбором системы налогообложения при регистрации, а также те, которые больше не вправе применять ни один из специальных налоговых режимов: УСН, ПСН, ЕНВД и ЕСХН.

На общую систему не распространяются никакие ограничения по видам деятельности, количеству сотрудников, полученным доходам и т.д. Как правило, большинство крупных компаний работает на ОСНО и как плательщики НДС предпочитают также работать с теми, кто платит этот налог.

Применять общую систему налогообложения выгодно:

если большая часть контрагентов, находится на ОСНО и тем самым заинтересована во «входном» НДС;

при импорте товаров на территорию РФ (уплачиваемый при ввозе товаров НДС можно заявить к вычету);

основная часть деятельности связана с оптовой торговлей;

организация является льготником по налогу на прибыль (*например, туристско-рекреационную деятельность*).

Основные налоги ОСНО В таблица ниже представлены все основные налоги, которые необходимо платить на ОСНО:

Вид налога	Налоговая ставка	Срок уплаты	Кто платит
Налог на прибыль организаций	20% 17% в Рег. бюджет 3% в Фед. бюджет	Авансовые платежи (для организаций, отвечающих признакам п. 3 ст. 286 НК РФ) – в течение 28 дней с момента окончания отчетного периода (квартала) Ежемесячные авансовые платежи – до 28 числа каждого месяца Налог по итогам года – до 28 марта года, следующего за отчетным	Организации
НДФЛ	13%, 30%	До 15 июля года, следующего за отчетным	ИП
НДС	0%, 10%, 18%	Не позднее 25 числа каждого месяца, следующего за истекшим налоговым периодом (кварталом) по 1/3 суммы каждый месяц или единой суммой до 25 числа месяца, следующего за прошедшим кварталом	Организации и ИП
Налог на имущество организаций	2,2%	Налог и авансовые платежи уплачиваются согласно срокам, устанавливаемым нормативными актами субъектов РФ	Организации
Налог на имущество физических лиц	от 0,1% до 2%	Налог за год подлежит уплате до 1 декабря года, следующего за отчетным	ИП

ИП и организации на ОСНО обязаны со всех доходов, выплачиваемых своим сотрудникам (в том числе работающим на гражданско-правовой основе), удерживать НДФЛ, а также перечислять страховые взносы во внебюджетные фонды.

ОСНО можно совмещать лишь с двумя системами налогообложения: ЕНВД и ПСН. Совмещение ОСНО с УСН и ЕСХН не допускается. При совмещении ОСНО с ЕНВД и ПСН налогоплательщик должен вести отдельный учет доходов и расходов отдельно по каждому виду деятельности.

Федеральным законом от 18.07.2017 N 168-ФЗ внесены изменения в Налоговый кодекс, устанавливающие налоговые преференции для туристических компаний Дальневосточного федерального округа.

Организации, осуществляющие туристско-рекреационную деятельность на территории Дальневосточного федерального округа, с 1 января 2018 года по 31 декабря 2022 года вправе применять нулевую ставку налога на прибыль.

Постановление Правительства РФ от 18.06.2018 N 695 установило Перечень видов деятельности компаний, которые могут применять налоговую льготу. Виды деятельности приведены в соответствии с ОКВЭД2 ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2).

Всего в Перечне 13 кодов видов деятельности, казалось бы, немного. Но каждая позиция состоит из нескольких составляющих, и конкретных видов получается значительно больше. Так что туристические компании могут выбрать тот набор услуг, которые они будут предоставлять туристам в соответствии со своими возможностями.

Перечень видов туристско-рекреационной деятельности для применения налоговой ставки 0 процентов по налогу на прибыль организаций.

Код по Общероссийскому классификатору	Наименование вида деятельности
49.31.25	перевозка пассажиров фуникулерами, подвесными канатными дорогами и подъемниками, являющимися частью городской или пригородной транспортной системы
49.39.2	перевозка пассажиров фуникулерами, подвесными канатными дорогами и лыжными подъемниками, не являющимися частью внутригородской, пригородной или городской и пригородной транспортных систем
55.1	деятельность гостиниц и прочих мест для временного проживания
55.2	деятельность по предоставлению мест для краткосрочного проживания
55.3	деятельность по предоставлению мест для временного проживания в кемпингах, жилых автофургонах и туристических автоприцепах
56.1	деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания
79.90.1	деятельность по предоставлению туристических информационных услуг
79.90.2	деятельность по предоставлению экскурсионных туристических услуг
86.90.4	деятельность санаторно-курортных организаций
91.02	деятельность музеев
91.04	деятельность ботанических садов, зоопарков, государственных природных заповедников и национальных парков
93.19	деятельность в области спорта прочая только в части: деятельность охотничьих и рыболовных заповедников; деятельность проводников в горах; деятельность, связанная со спортивно-любительским рыболовством и охотой
93.29	деятельность зрелищно-развлекательная прочая только в части: деятельность горнолыжных комплексов; деятельность пляжей, включая прокат оборудования (раздевалок на пляже, запирающихся шкафчиков, шезлонгов и т.п.)

Данное налоговое послабление будет действовать всего 4 года. Налоговики и власти Дальнего Востока будут оценивать эффективность введения новой льготы, поэтому в Налоговом кодексе РФ заложен именно такой ограниченный период. Если льгота оправдывает себя ее действие будет продлено.

Условия наличия права на льготу.

Для того чтобы ей воспользоваться, туристические компании должны отвечать определенным требованиям. Они установлены п. 3 ст. 284.6 НК РФ и должны выполняться одновременно. А именно:

- 1) местом нахождения компании является территория Дальневосточного федерального округа;
- 2) организация осуществляет деятельность, включенную в утвержденный Правительством РФ перечень видов туристско-рекреационной деятельности для применения налоговой ставки 0 процентов;
- 3) в течение всего налогового периода компании на праве собственности принадлежат гостиница и (или) иное средство размещения, которые поставлены на государственный кадастровый учет в Дальневосточном федеральном округе;
- 4) компания в течение всего налогового периода не применяет пониженных ставок по налогу на прибыль организаций;
- 5) компания не совершает в налоговом периоде операций с ценными бумагами, производными финансовыми инструментами;
- 6) компания не имеет обособленных подразделений, местом нахождения которых являются территории субъектов Российской Федерации, не входящих в Дальневосточный федеральный округ;
- 7) за налоговый период доходы организации от осуществления туристско-рекреационной деятельности, включенной в перечень, составляют не менее 90 процентов ее доходов, учитываемых при определении налоговой базы.

Как воспользоваться льготой?

Важно, что использовать льготное налогообложение можно только по одному основанию. То есть при подаче заявления в налоговую о применении нулевой ставки при расчете налога на прибыль предприятие не должно уже использовать льготную систему налогообложения.

По завершении каждого налогового периода (это год - п. 1 ст. 285 НК РФ), в течение которого организация применяла ставку 0%, надо доложить в ИФНС по месту нахождения о соблюдении критерия доли туристических доходов. Срок - такой же, как для сдачи декларации по прибыли. Бланк для сдачи указанных сведений еще будет утвержден.

Воспользоваться льготой смогут все предприятия на Дальнем Востоке, оказывающие услуги по размещению: как уже работающие, так и только открывающиеся. Льгота будет действовать до 2021 года.

Одобренные поправки в Налоговый кодекс должны поспособствовать увеличению количества гостиниц в макрорегионе и помочь дальнейшему развитию туризма, отмечают инициаторы изменений.

3.2 Специальные налоговые режимы

Суть специальных налоговых режимов сводится к замене для определенной категории предприятий большинства федеральных и региональных налогов одним единым налогом, который исчисляется за отчетный и налоговый период и расчет которого осуществляется значительно проще.

3.2.1 Упрощённая система налогообложения (УСН, УСНО)

УСНО представляет собой специальный режим налогообложения, добровольно применяемый на территории РФ, как юридическими лицами, так и индивидуальными предпринимателями. Особенностью данной системы налогообложения является упрощённый налоговый и бухгалтерский учёт, а также замена основных налогов традиционной системы одним – единым.

Плюсы УСНО

- Возможность учета уплаченных страховых взносов при расчете

платежей по УСНО;

- Применение на всей территории РФ, в отношении практических всех видов деятельности;

Также, как и общий ОСНО, УСН применяется по всем видам деятельности налогоплательщика, а не по отдельным, как ЕНВД или патент.

- Уплата аванса или налога осуществляется исходя из наличия налогооблагаемой базы (доходов или разницы между доходами и расходами);

Налог платится по фактической прибыли и, соответственно, если доходов нет вообще, то налог платить не нужно, в отличие от ЕНВД, где налог платится по вмененному доходу или патента, который приобретает также исходя из вмененного, а не фактического дохода.

- Возможность применения налоговых каникул впервые зарегистрировавшимся ИП осуществляющим;

На территории Приморского края в соответствии с Законом Приморского края от 23.06.2015 №645-КЗ для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей (ИП) введены "налоговые каникулы" дающие право применения ставки ноль процентов до 01.01.2021г., при осуществлении туристкой деятельности, в частности по предоставлению мест для краткосрочного проживания в части, касающейся: жилья, предоставляемого детскими лагерями на время школьных каникул и в остальное время, домами отдыха, в том числе детскими, гостевыми квартирами, молодежными общежитиями, туристическими базами, лагерями, в том числе горными (Вид предпринимательской деятельности код по ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) 55.20).

- Сдача отчетности раз в год;
- Размер налога, не индексируется на коэффициенты, в связи с чем его размер зависит только от доходов и расходов налогоплательщика.

На ЕНВД и ПСН ежегодно происходит изменение коэффициентов-дефляторов для расчета налога, в связи с чем, их размер каждый год изменяется, хоть и не существенно.

Минусы УСНО

Минусов у упрощенки значительно меньше, чем у других режимов, но они все же имеются:

- Лимит сотрудников и предельного дохода

Упрощенка, как и любой спецрежим, проигрывает общей системе в лимите сотрудников и предельном доходе, позволяющем применять данный режим.

Если на ОСНО ни количество сотрудников, ни размер прибыль роли не играют, то применение УСН возможно при годовом доходе не более 150 млн. руб. и численности сотрудников не более 100 человек. Однако, на патенте, ограничение по численности еще более жесткое – не более 10 человек.

УСНО имеет два объекта налогообложения, отличающихся друг от друга размером налоговой ставки и порядком расчета налога:

- УСН «доходы» со ставкой 6%;
- УСН «доходы минус расходы» со ставкой 15%.

Сравнение УСН «доходы» 6% и УСН «доходы минус расходы» 15%:

Основание	УСН 6%	УСН 15%
Отношение расходов к доходам	Выгодно если расходы менее 65% от общей суммы доходов.	Выгодно если расходы значительные и превышают в среднем 65% от всего полученного дохода.
Возможность 50% учета уплаченных страховых взносов за себя и сотрудников	Если ИП или организация, имеет наемных работников, налог или аванс может быть уменьшен на уплаченные за себя и работников взносы не более чем на половину. ИП не имеющие сотрудников учитывают 50% взносов, уплаченных за личное страхование	Все страховые взносы, уплаченные ИП и за себя и за сотрудников в полном объеме включаются в состав расходов, без какого либо ограничения.
Необходимость документального подтверждения произведенных расходов	Не требуется	Обязательно, в противном случае, расходы будут исключены из налогооблагаемой базы
Минимальный налог	Не уплачивается.	Даже если в отчетном или налоговом периоде у

	<p>Если организация или ИП не имеет в отчетном или налоговом периоде дохода, аванс (налог) платить не надо.</p>	<p>налогоплательщика был убыток (расходы превысили доходы) он обязан уплатить 1% от общей суммы полученного дохода. При этом уплаченный минимальный налог и убыток можно учесть в составе расходов а следующих налоговых периодах.</p>
--	---	--

Расчет налога на УСНО «доходы»

Платежи по упрощенке на объекте «доходы» рассчитываются по следующей формуле:

Размер налога = (Полученный с начала года доход x 6%) – страховые взносы, уплаченные с начала года – авансовые платежи, уплаченные за предыдущие отчетные периоды

Расчет налога на УСНО «доходы минус расходы»

Платежи по УСНО на данном объекте рассчитываются по формуле:

Размер налога = (Доход с начала года – Расход с начала года) x 15% – уплаченные ранее авансовые платежи

Важно: если по итогам года ИП или компания на УСНО «доходы минус расходы» получила убыток, то необходимо рассчитать и уплатить минимальный налог в размере 1% от суммы полученных доходов.

Налоговым периодом на упрощенке является календарный год. Это означает, что отчетность сдается только 1 раз по итогам года.

Отчетными периодами являются 1 квартал, полугодие и 9 месяцев. По итогам указанных периодов отчетность сдавать не нужно, но надо рассчитать и уплатить в бюджет авансовые платежи. Налог платится только по итогам года.

3.2.2 Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД)

Базой по ЕНВД выступает не фактически полученная прибыль, а размер вмененного государством дохода для того или иного вида деятельности. То есть налог не привязан к полученному доходу, он рассчитывается исходя из вида деятельности, количества наемных работников или площади торгового зала и местности, в которой ведется деятельность.

ЕНВД может применяться организациями и ИП в отношении оказания автотранспортных услуг по перевозке пассажиров, осуществляемых туристскими организациями и ИП, эксплуатирующими не более 20 транспортных средств. видов бизнеса, имеющих непосредственное отношение к сфере туризма.

Все виды деятельности, по которым местные власти могут ввести ЕНВД, перечислены в п. 2 ст. 346.26 НК РФ.

Плюсы ЕНВД

- Низкая налоговая нагрузка для отдельных видов деятельности;

Главным плюсом ЕНВД является самая низкая налоговая нагрузка в отношении определенных видов деятельности, к которым, в основном, относится сфера услуг. Безусловно, сумму вмененного налога нужно рассчитывать заранее и сравнивать с возможной нагрузкой по УСН, так как, в некоторых случаях, применение ЕНВД становится невыгодным.

- Размер налога не привязан к сумме реально полученного дохода, а зависит от базовой доходности и физического показателя по осуществляемому виду деятельности;

Независимо от того, сколько в налоговом периоде предприниматель получил дохода в бюджет он будет платить заранее определенную сумму, что очень удобно в тех случаях, когда доходы ИП или организации довольно существенны, а налоговая нагрузка почти отсутствует.

- Возможность учета страховых взносов, уплаченных за личное страхование и страхование работников;
- Возможность учета расходов по покупке и установке онлайн касс;

С 2018 года ИП на ЕНВД получили возможность учесть затраты по приобретению и установке онлайн кассы. Льгота предусмотрена лишь для индивидуальных предпринимателей, организации воспользоваться ей не могут.

Сумма льготы составляет 18 000 руб. на каждый кассовый аппарат, в ее состав ИП может включить затраты на покупку ККТ нового образца, фискального накопителя, если онлайн касса поставляется без него, ПО для настройки кассовой техники и, непосредственно, работы по установке и подготовке ККТ к работе.

- Отсутствие необходимости ведения бухучета и сдачи бухгалтерской отчетности ИП;
- Отсутствие ограничения по доходам для перехода и применения ЕНВД;

В отличие от УСНО и ПСНО ЕНВД не имеет лимита дохода, превышение которого исключает дальнейшее применение или переход на данный режим налогообложения.

- Возможность совмещения со всеми режимами налогообложения; *ЕНВД можно совмещать с любой системой налогообложения: ОСНО, УСНО, ПСНО.*
- Отсрочка в применении онлайн касс до 2019 года (в соответствии с законом № 337-ФЗ от 27.11.2017).

Минусы ЕНВД

- Уплата налога не зависит от наличия дохода или ведения деятельности в целом;

Налог необходимо уплатить независимо от получения прибыли.

- Возможность учесть при расчете налога страховые взносы, уплаченные только в том периоде за который рассчитывается налог
- Ограничение по численности сотрудников и площади торгового зала;
- Обязанность ежеквартальной сдачи отчетности.

В отличие от УСНО, где отчетность сдается раз в год, ИП и организации обязаны ежеквартально отчитываться по ЕНВД.

Для того чтобы рассчитать налог ЕНВД, необходимо воспользоваться специальной формулой. Одной из составляющих этой формулы является базовая доходность.

ЕНВД = (Налоговая база X Ставка налога) - Страховые Взносы

Налоговая база — это величина вмененного дохода.

Налоговая база=Вмененный доход= Базовая доходность*Физический показатель

Базовая доходность корректируется в соответствии с коэффициентом-дефлятором (К1) и корректирующим коэффициентом (К2, ст. 346.27 НК РФ).

Налогоплательщики ЕНВД имеют право уменьшить сумму налога, исчисленную за налоговый период, на суммы платежей (взносов) и пособий, которые были уплачены в пользу работников, занятых в тех сферах деятельности налогоплательщика, по которым уплачивается единый налог. (пункт 2 статьи 346.32 НК РФ)

При этом сумма такого уменьшения не может быть больше, чем 50 % исчисленного налога.

Значение показателя базовой доходности:

- вид деятельности: Оказание автотранспортных услуг по перевозке пассажиров;
- количество посадочных мест;
- базовая доходность в месяц (рублей) – 1500.

Значения коэффициента-дефлятора К1:

на 2018 год - 1,868 (Приказ Минэкономразвития России №579 от 30.10.2017г.)

Значения для определения корректирующего коэффициента базовой доходности К2 на территории города Владивостока (Решение Думы г. Владивостока №109 от 28.10.2005г.):

- по перевозке пассажиров, осуществляемой такси (вместимостью менее 8 посадочных мест) **0,74**

- по перевозке пассажиров, осуществляемой автобусами (вместимостью свыше 8 посадочных мест) **0,1**

3.2.3 Патентная система налогообложения

Патентная система налогообложения (ПСН, ПСНО) является единственной системой налогообложения доступной только индивидуальным предпринимателям, в соответствии с главой 26.5 НК РФ, в отношении которой не предусмотрена сдача налоговой отчетности.

Основной перечень видов деятельности, в отношении которых ИП могут приобрести патент, установлен в п. 2 ст.346.43 НК РФ.

Плюсы ПСН

- Отсутствие отчетности по итогам налогового периода;
- Уплата налога вперед;

На патенте налог уплачивается, как правило, в начале осуществления деятельности. Сумма его известна заранее и не зависит от размера фактически полученных доходов.

- Сравнительно небольшая стоимость патента в ряде регионов и муниципальных образований;

Размер патента для ИП зависит, в первую очередь, от вида осуществляемой деятельности и места, где эта деятельность будет вестись.

- Возможность выбора срока действия разрешения на ведение деятельности;

Возможность индивидуального выбора срока действия патента можно отнести как к плюсам, так и к минусам. К плюсам, потому что это будет удобно тем предпринимателям, что ведут сезонную деятельность и работают лишь несколько месяцев. К минусам, из-за необходимости постоянного продления, если деятельность ведется в течение всего года.

- Возможность применения налоговых каникул для впервые зарегистрировавшихся ИП по некоторым видам деятельности;

Законом Приморского края от 19.11.2015 №713-КЗ предусмотрена возможность освобождения от уплаты налога для впервые зарегистрировавшихся ИП, в том числе осуществляющих вид деятельности - оказание услуг по перевозке пассажиров автомобильным и водным транспортом. Освобождение от оплаты патента предусматривается на 2 года (до 2020 года).

- Право не применять онлайн кассы до 1 июля 2019;

15 ноября 2017 года Государственная Дума в третьем чтении приняла закон, освобождающий ИП на патенте от обязательного применения онлайн касс до 1 июля 2019 года. Право не применять кассовый аппарат еще 1,5 года получили большинство патентчиков, вне зависимости от наличия персонала, а также ИП на ПСН без наемных работников, оказывающих услуги общепита и ведущие розничную торговлю в стационарных и нестационарных торговых объектах.

- Право не вести бухгалтерский учет.

Минусы ПСН

- Запрет на применение ПСН организациями

К сожалению, организации вне зависимости от вида осуществляемой деятельности, не вправе применять ПСН.

- Невозможность учета страховых взносов при расчете стоимости патента;
- Ограниченный перечень видов деятельности, в отношении которых возможно применение ПСН;
- Строгое ограничение по количеству наемных работников;

Применять ПСН могут только те ИП, у которых общая численность сотрудников по всем видам деятельности не превышает 15 человек. На ЕНВД и УСН общее количество работников не должно превышать 100 человек, что более, чем в 6 раз выше чем на ПСН.

- Ограничение по уровню доходов;
- Необходимость ведения книги учета доходов.

Расчет патента.

Пример: срок действия патента = 12 месяцев

Размер патента = Налоговая база * 6%

Размер налога = (налоговая база / 12 месяцев X количество месяцев срока, на который выдан патент) X 6%.

Размер потенциально возможного к получению ИП годового дохода по деятельности в сфере оказания автотранспортных услуг по перевозке пассажиров автомобильным транспортом, в отношении которых применяется патентная система. Значения для расчета ПСН (рубли):

для каждого транспортного средства без наемных работников	197395
для каждого транспортного средства с использованием наемных работников:	
до 4 посадочных мест в транспортном средстве (легковое такси)	197395
от 5 до 8 посадочных мест в транспортном средстве	350000
от 9 до 15 посадочных мест в транспортном средстве	450000
от 16 до 30 посадочных мест в транспортном средстве	550000
свыше 30 посадочных мест в транспортном средстве	650000

В настоящее время, существует всего 2 причины, по которым ИП может лишиться права на применение ПСН:

- Превышение предельного дохода с начала года свыше 60 млн.руб. (с учетом коэффициента-дефлятора);
- Превышение численности сотрудников свыше 15 человек.

Налоговое стимулирование может быть направлено не только на туристские организации, но и на самих туристов. Так, гражданами РФ по ст. 219 НК РФ может быть получен социальный налоговый вычет по налогу на доходы физических лиц в сумме, уплаченной налогоплательщиком в налоговом периоде за медицинские услуги, оказанные медицинскими организациями, индивидуальными предпринимателями, осуществляющими медицинскую деятельность, ему, его супруге (ее супругу), родителям, детям (в том числе усыновленным) в возрасте до 18 лет, подопечным в возрасте до 18 лет (в соответствии с Перечнем медицинских услуг, утвержденным Правительством РФ), а также в размере стоимости лекарственных препаратов для медицинского применения (в соответствии с Перечнем лекарственных средств, утвержденным Правительством РФ), назначенных им лечащим врачом и приобретаемых налогоплательщиком за счет собственных средств. Социальный налоговый вычет предоставляется в размере фактически произведенных расходов, но в совокупности не более 120 000 руб. за налоговый период (за исключением дорогостоящего лечения).

Глава 4. ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Успешная реализация бизнес-идеи зависит от полного представления потребности на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источников их получения, а также умения четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе реализации проекта. В современной рыночной экономике предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Бизнес-план – это документ, в котором представлено полное описание и обоснование того или иного проекта, а также возможностей всесторонней оценки эффективности решений, принятых при его реализации. При бизнес-планировании, важно трезво оценивать свои ресурсы, потребности рынка и прогнозируемый спрос на Ваше предложение. Описывая прибыль и необходимые средства для достижения Ваших целей, лучше поделить оптимистичность своих ожиданий «на два», чем представить всё слишком оптимистично. Зачастую, непредвиденные сложности в процессе реализации проекта могут подорвать желание предпринимателя действовать и идти вперед. Именно пошаговый план действий, прописанный в бизнес-плане, поможет избавиться от проблем, так как их появление было теоретически предугадано и способы решения проблем уже прописаны.

4.1 Особенности бизнес-планирования в туристской индустрии. Структура бизнес-плана

Рассматривая туризм как сферу услуг необходимо, прежде всего, выделить понятие - рынок туристских услуг. Рынок туристских услуг - это возможности предложения и спроса на туристские услуги. В понятие «предложения на рынке туристских услуг» входят как материальная база туризма, так и туристские услуги, товары, качественное и полное

предоставление которых возможно только при достаточном развитии инфраструктуры отдыха. Туристский рынок - экономическая система взаимодействия четырех основных элементов:

- 1) туристского спроса;
- 2) предложения туристского продукта;
- 3) цены;
- 4) конкуренции.

Наличие разнообразных туристско-рекреационных ресурсов Приморского края позволяет развивать практически все направления туризма, в том числе экологический, пляжный, сельский, оздоровительный, развлекательный, деловой, культурно-познавательный, автотуризм и социальный туризм, поэтому в методических рекомендациях для составления бизнес-плана в туристской отрасли, будет учитываться взаимодействие четырех основных элементов туристского рынка и специфика региона.

4.2 Титульный лист

Подготовить правильный титульный лист не менее важно, чем любую другую часть плана. Для того чтобы сделать это хорошо, необходимо внести туда такую информацию как:

- полное название разрабатываемого проекта;
- имя организации, для которой и создавалась разрабатываемая документация;
- местоположение организации – должны быть указаны страна и город;
- все необходимые для связи номера телефонов;
- данные инициатора проекта и составителя самой документации;
- дата, в которую документ был создан.

Кроме того, на данную страницу может помещаться и некая информация финансового характера. Это делается для того, чтобы сразу заинтересовать инвесторов или кредиторов.

4.3 Составление резюме

Резюме должно выглядеть максимально привлекательно. Пишется этот раздел тогда, когда закончены все остальные, готовы все расчеты и прочая, необходимая информация. В резюме Вы раскроете поставленные задачи и суть всего проекта, поэтому здесь должны присутствовать абзацы, посвященные: в первую очередь непосредственные цели проекта, его задачи;

- ресурсы, которые планируются использовать в реализации проекта;
- методы реализации проекта;
- указание суммы необходимых заемных средств;
- все данные о том, как и когда, будут возвращены взятые у инвесторов и кредиторов ресурсы;
- краткая, сжатая информация о показателях эффективности.

Раздел должен быть коротким – полторы — две страницы. Не стоит расписывать много текстовой информации. Здесь должны говорить за Вас уверенные цифры и четкие данные.

4.4 Постановка четких целей

Четко сформулируйте, выделите и подведите доказательную базу под те преимущества, которые будут получать потребители;

Стоит доказать, что Ваш проект уникален и что Вы собираетесь делать новаторского на рынке туристских услуг. Чем именно, не так важно. Это может быть самая низкая цена на предоставление услуг перевозки пассажиров, или создание уникального туристского маршрута, особым никем не реализованным видом развлечения, или организация базы отдыха (лагеря) по уникальной технологии;

Сразу за этим нужно указать, что Вы не собираетесь останавливаться на достигнутом, а намерены, развивать дело дальше. Показать возможные пути развития, освоение новых территорий или разработка новых методов достижения поставленной цели;

Также, если Вы обладаете уникальными патентами или уверены в новаторстве идеи, это обязательно нужно указать для того, чтобы создать уверенность инвесторов в оригинальности предложения.

4.5 Анализ отрасли

Первое, что Вам нужно сделать – провести анализ рынка туристских услуг на предполагаемой территории, на котором собираетесь реализовывать проект. Важно сказать, каково его состояние, какой поток туристов ежегодно, какие услуги хорошо продаются, а что не очень, насколько развита инфраструктура. Чем свежее и актуальнее будет информация, тем лучше.

Проанализировав рынок, Вы получите фон для внедрения своей идеи. Здесь можно рассказать, какую именно нишу займет Ваш проект, каковы будут его перспективы развития.

Стоит помнить про сезонность туристского бизнеса в Приморском крае – самая большая опасность, которая подстерегает любой проект. Количество людей, едущих отдыхать летом в Приморский край, несравнимо с зимой. Пики продаж приходятся на вторую половину лета (с учетом специфики климата региона), август – начало сентября разгар отпусков, а конец ноября – начало декабря (спортивный туризм). И есть совершенно провальные месяцы, которые хоронят большинство туристских проектов: октябрь и январь-февраль. В иной месяц у Вас может значительно снизиться выручка, а затраты на поддержание деятельности останутся почти неизменными.

Чем больше деталей Вы учтете, найдете на них ответы и решения, тем более впечатляюще проект будет выглядеть в глазах инвесторов. Это повысит конкурентоспособность Вашего проекта и даст самому Вам готовые алгоритмы для решения многих просчитанных заранее проблем.

Нельзя обойти своим вниманием и конкурентов в туристической сфере. Если Ваш проект является абсолютно уникальным (например, никто на территории Приморского края не переставляют услуги стоянки для автодомов

и кемпинг-терейлеров), то перечисление услуг, и преимуществ, возможностей такого бизнеса, только увеличит доверие инвесторов к Вам.

Также отличным дополнением было бы составить портрет типичного покупателя Вашего товара или услуги. Обозначьте целевую аудиторию, повод, по которому она будет пользоваться Вашими услугами, причины, почему клиент обратился именно к Вам.

4.6 Оценка возможностей предприятия в рамках туристской отрасли

Это один из важнейших пунктов, так как собственно и демонстрирует то, на что способны Вы. Включите в этот раздел следующую информацию:

- услуги, которые будет предоставлять Ваша организация, более подробное описание деятельности;

Существует 2 основных направления туристкой деятельности. Международный туризм - это туризм в другую страну, т.е. иностранный туризм. Он бывает выездной и въездной. Выездной туризм - это путешествия лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну. Въездной туризм - это путешествия в пределах Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации. Например, Приморский край часто посещают туристы из КНР и реализуемый проект может быть рассчитан на предоставление разнообразных услуг иностранным туристам. Внутренний туризм – это туризм внутри своей страны, путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в РФ. Например, организация кемпинг-парков, баз отдыха или предоставление услуг спортивно-развлекательного характера, создание новых маршрутов и тд.

- все административные и правовые данные: когда создавалась организация, сколько в ней сотрудников, сколько партнеров, кто они, какова общая структура, кто конкретно владелец, информацию о организационно правовой форме;

- Экономические и финансовые показатели организации, **без подробностей, в общей форме;**
- Информация о личной собственности организации, ее физическое местоположение, адрес принадлежащих ей помещений, в общем, все, что можно увидеть на карте.

4.7 Полная информация о том, что Вы собираетесь продавать

Здесь Вам необходимо рассказать всю информацию о предоставляемых услугах с точки зрения того, кто будет ими пользоваться, то есть потребителя. Прекрасной идее будет приложить к разделу качественное и красивое фото проекта (при наличии). Потребуется четко написать описание и параметры.

Это должно быть изложено в такой последовательности:

- название услуги;
- как можно ей воспользоваться и для чего она предназначена;
- описание важных характеристик, перечисление второстепенных;
- выделение преимуществ, акцент на конкурентоспособности;
- сертификаты, свидетельствующие о качестве услуги, должны быть также включены в этот список;
- влияние на здоровье человека и окружающей среды;
- какие имеются гарантии или возможность страхования;
- характеристики на весь спектр услуг;

Учтя все пункты, Вы получите качественное описание.

4.8 Маркетинговый план и его составление

В разделе бизнес-плана, посвященном маркетингу, проводится анализ рыночного сектора, в котором собирается работать организация, а также проблем и препятствий, с которыми оно может столкнуться при выходе на этот рынок. Далее в нем необходимо определить маркетинговую стратегию, которая должна способствовать выходу нового проекта на рынок.

В данном разделе Вам необходимо рассчитать спрос на предоставляемые услуги, выделить сегмент рынка, т.е. установить

предполагаемых потребителей. Кроме того, Вам придется описать рычаги воздействия на спрос, к которым может относиться колебание цены, запуск рекламной компании, повышения качества товара и т.д.

Также потребуется сообщить о способах, которыми Вы собираетесь продвигать проект, сколько это будет стоить, какова будет рекламная политика и прочие детали продвижения, указать о потребителях, укажите, как именно они будут пользоваться услугами, будете ли Вы работать по посредничеству. Статус потребителей, будут ли это граждане или юридические, физические лица. Подробно описать характеристику и качество предоставляемой услуги.

Важно, чтобы четко была видна связь между четырьмя параметрами:

- туристский спрос;
- предложение туристского продукта;
- цена;
- конкуренция.

В отличие от общеизвестной концепции 4P (англ. Marketing mix, комплекс маркетинга) (маркетинговая теория, основанная на четырёх основных «координатах» маркетингового планирования) в различных ситуациях и отраслях встречаются и расширения параметров (товар или услуга, цена, наценки, скидки, реклама, местоположение)

Именно профессиональное и грамотное проведение маркетинговых исследований позволяет туристическому предприятию объективно оценить свои рыночные возможности и выбрать те направления деятельности, в которых достижение поставленных целей становится возможным с минимальным риском и максимальной определённой. Использование научно обоснованных методов и инструментария проведения маркетинговых исследований даёт возможность предприятию быстрее адаптироваться к динамичным изменениям рыночной ситуации, а также разрабатывать чёткие стратегические перспективы деятельности.

Примеры методов маркетингового исследования

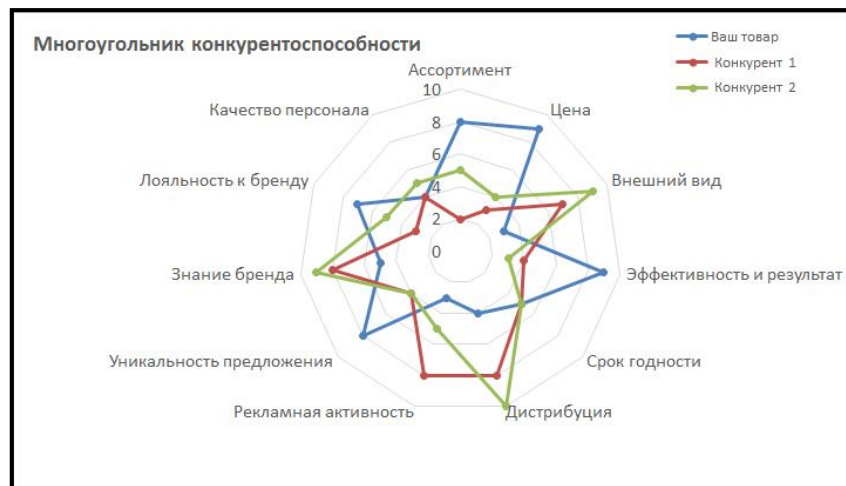
Анализ конкурентной среды продуктивен, если Вы будете обладать максимально детальными данными о самых важных на рынке конкурентах. Эти данные для анализа конкурентной среды вполне можно извлечь из маркетинговых исследований деятельности конкурентов. Подобное исследование точно такое же, как исследование потребителей. Перечислим наиболее продуктивные методы получения детальной и емкой информации о конкурентах и их продуктах, нужные для анализа:

- опросы потребителей – количественный или качественный сбор и анализ мнений и представлений о конкурентах среди разных целевых групп для определения их слабых и сильных сторон;
- мониторинг аналогичных проектов демонстрирует качество и условия предоставления услуги, стратегии в области промо-акций;
- поиск в интернете – отзывы, сайты конкурентов, обзоры и пр.;
- интервьюирование экспертов рынка дадут понимание качества предоставляемых услуг конкурентами, имиджа на рынке;
- изучение отраслевых обзоров, публикации финансовых показателей, открытых рейтингов, иногда и принципиальных характеристик бизнеса;
- тематические выставки, конференции и семинары, данные об участниках рынка, контактах и коммуникационной стратегии.

А) Многоугольник конкурентоспособности

«Многоугольник конкурентоспособности» — метод, позволяющий достаточно быстро провести анализ конкурентоспособности товара компании в сравнении с ключевыми конкурентами и разработать эффективные мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности продукции.

Суть данного метода заключается в сравнительной оценке ключевых свойств товара компании и товаров конкурентов, и в последующей визуализации результатов сравнения в форме многоугольника:



Каждая грань такого многоугольника представляет отдельную характеристику товара или услуги, по которой проводится сравнительная оценка.

Б) SWOT-анализ

SWOT-анализ предусматривает анализ сильных и слабых сторон предприятия. В ходе этого анализа проверяется, в какой области фирма наиболее компетентна, а в какой - нет. SWOT-анализ - это оперативный диагностический анализ предприятия (проекта) и его среды, который осуществляется с целью:

- выявления потенциала силы (S);
- слабости (W);
- установления возможностей (O);
- выявления угроз (T).

Идея заключается как раз в том, чтобы оценить все перечисленные факторы, причем, как внутри компании, так и внешнее влияние. Он должен быть максимально объективен и давать наиболее реальную картину стартовых позиций.

По итогам SWOT-анализ составляется матрица стратегических мероприятий:

- SO - мероприятия, которые необходимо провести, чтобы использовать сильные стороны для увеличения возможностей компании;

- WO - мероприятия, которые необходимо провести, преодолевая слабые стороны и используя представленные возможности;
- ST - мероприятия, которые используют сильные стороны организации для избегания угроз;
- WT - мероприятия, которые минимизируют слабые стороны для избегания угроз.

SWOT-анализ на примере проекта "Парк Отель"

	Положительные факторы	Негативные факторы
	Сильные стороны (внутренний потенциал) (S)	Слабые стороны (внутренние недостатки) (W)
Внутренняя среда	<ol style="list-style-type: none"> 1) Местонахождение. 2) Развитая инфраструктура Парк Отеля. 3) Большой срок работы в области туристского бизнеса. 4) Забота об охране жизни и имущества постояльца. 5) Широкий ассортимент оказываемых услуг. 6) Хороший имидж Парк Отеля в регионе. 7) Возможность осуществления выставочных мероприятий, банкетов, встреч, конференций и т.д. 8) Наличие бланка договора для корпоративных клиентов. 9) Продуманное ценообразование. 10) Оперативная работа со всеми службами Парк Отеля. 11) Наличие собственного интернет-сайта. 12) Получение полных данных о гостях (цели прибытия, пол, возраст, город прибытия, и другие данные) в целях обозначения маркетинговой ниши Парк Отеля. 13) Выполнение постоянных маркетинговых компаний и исследований. 14) Индивидуальный подход к постояльцам (полное удовлетворение потребностей, нужд и запросов постояльца, например, постояльца поздравляют с Днём 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Нехватка данных по поводу стратегических направлений развития Парк Отеля. 2) Далекое положение Парк Отеля от аэропорта и автомобильного вокзала. 3) Недостаточное оснащение ряда номеров для отеля такого класса. 4) Не функционирует принцип единого начального. 5) Система принятия решений – централизованная, это мешает оперативно осуществлять производственные задачи. Нехватка полномочий у начальников служб, от которых предполагается быстрое реагирование. 6) Не определены параметры постоянного клиента. 7) Высокие цены, выше средних цен конкурентов. 8) Относительно небольшая площадь, которая исключает возможность обслуживать крупные мероприятия. 9) Нехватка номерного фонда для размещения больших туристических групп.

	<p>рождения, если он в данный момент проживает в отеле).</p> <p>15) Использование системы мотивации работы персонала отеля и Руководства маркетинга.</p> <p>16) Регулярное повышение квалификации персонала.</p> <p>17) Участие работников отеля в тренингах, обучающих программах, семинарах по повышению качества обслуживания постояльцев.</p>	
	Внешние возможности (О)	Имеющиеся угрозы (Т)
Внешняя среда	<p>1) Реконструкция.</p> <p>2) Оптимизировать ассортимент оказываемых услуг.</p> <p>3) Возможность выхода на рынок бизнес-класса (конференции, семинары).</p> <p>4) Привлечение различных постояльцев за счёт эффективного ценообразования.</p> <p>5) После осуществленной реконструкции должно сложиться положительное сочетание хорошего имиджа, высокой категоричности при устраивающем клиентов уровне цен.</p> <p>6) Рост квалификации всех сотрудников.</p> <p>7) Улучшение качества оказываемых услуг.</p> <p>8) Повышение эффективности работы отеля благодаря инновационной деятельности.</p> <p>9) Особые цены для постоянных клиентов, продуманное ценообразование, скидки, оказание дополнительных услуг клиентам, нацеленное на длительное сотрудничество с клиентами в будущем.</p> <p>10) Получение отелем статуса 5 – «звёзд» (при потенциальном отсутствии в регионе конкурентов в данной рыночной нише).</p>	<p>1) Жесткая конкуренция на рынке туристских услуг.</p> <p>2) Неблагоприятная экономическая ситуация в стране.</p> <p>3) Усиление позиций компаний-конкурентов.</p> <p>4) Трудно поддающаяся контролю перегруженность отеля в некоторые сезоны.</p>

Сделаем выводы по проведенному SWOT-анализу.

Итак, определенные в ходе анализа сильные и слабые стороны отеля дают возможность определить те параметры, которые являются выигрышными, их нужно развивать и поддерживать на необходимом уровне, и параметры,

улучшение которых может оптимизировать процессы совершенствования управления проектом и свести к минимуму возможность аспекты ухудшения имиджа.

SWOT - анализ проекта «Парк Отель» выполнен, перед инициатором проекта представлена полная картина дел в гостинице: определены параметры и характеристики, которые могут привести к коммерческим рискам, определены положительные и отрицательные характеристики заведения. Данный анализ используется не только для оценки конкурентоспособности Парк Отеля, он очень важен для выбора стратегии развития: исходя из проанализированных параметров, инициатор проекта может легко выбрать приоритеты развития отеля.

В) PEST-анализ

При анализе макросреды предприятия была использована методика PEST - анализа. PEST - это акроним от следующих факторов:

- Political (Политические)
- Economic (Экономические)
- Social (Социальные)
- Technological (Технологические)

PEST-анализ - это маркетинговый инструмент, суть которого состоит в выявлении и оценке влияния политических, экономических, социальных и технологических аспектов макросреды на результаты текущей и будущей деятельности предприятия. В результате PEST-анализа создается наглядное представление о факторах внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании.

Политические факторы внешней среды изучаются в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство предполагает претворять в жизнь свою политику. Анализ экономических факторов внешней среды позволяет понять, как на уровне государства формируются и распределяются экономические

ресурсы. Для большинства предприятий это является важнейшим условием их деловой активности. Изучение социальных факторов внешнего окружения направлено на то, чтобы уяснить и оценить влияние на бизнес таких социальных явлений, как отношение людей к труду и качеству жизни, мобильность людей, активность потребителей и др. Анализ технологических факторов позволяет предвидеть возможности, связанные с развитием науки и техники, своевременно перестроиться на производство и реализацию технологически перспективного продукта, спрогнозировать момент отказа от используемой технологии.

4.9 Создание плана предоставления услуги

Данный раздел посвящен исключительно этапам реализации проекта, сопровождающими его техническими процессам. Сюда должны быть записаны сведения о имеющихся в Ваших активах земельных участках, помещениях, техническом оборудовании, обученном и квалифицированном персонале, который будет или уже работает под Вашим началом. Также здесь должны быть описаны методы, с помощью которых Вы по необходимости сможете увеличить или уменьшить объем оказываемых услуг.

В случае потребности земельного участка, на котором планируется реализовать туристский проект, необходимо полностью описать характеристики, потребность в инфраструктуре. Если у Вас в планах использовать земельный участок на территории Приморского края по программе «Дальневосточный гектар» или взять земельный участок в аренду, то следует указать его полную характеристику и срок на пользование и условия предоставления.

Если в Вашей работе Вы сообщаете, как планируете наладить процесс предоставления услуги и все в целом, должна быть описана вся цепочка работы с клиентом. Здесь нужно учесть все, даже мельчайшие детали.

Если у Вас имеется партнер, который берет на себя часть обязательств, должны быть представлены все его данные в подробностях,

суммы, которые он тратит на это и объемы, которые он выполняет. Также следует объяснить, почему договор заключен именно с этой компанией, ее преимущества на данном рынке, всю подобную информацию.

Здесь же нужно обязательно посчитать, сколько будет себестоимость предоставленной услуги. Укажите все переменные затраты, которые могут варьироваться в зависимости от разных факторов (сезонность, стоимость партнерских услуг и т.д) и постоянные затраты, которые не меняются ни при каких условиях.

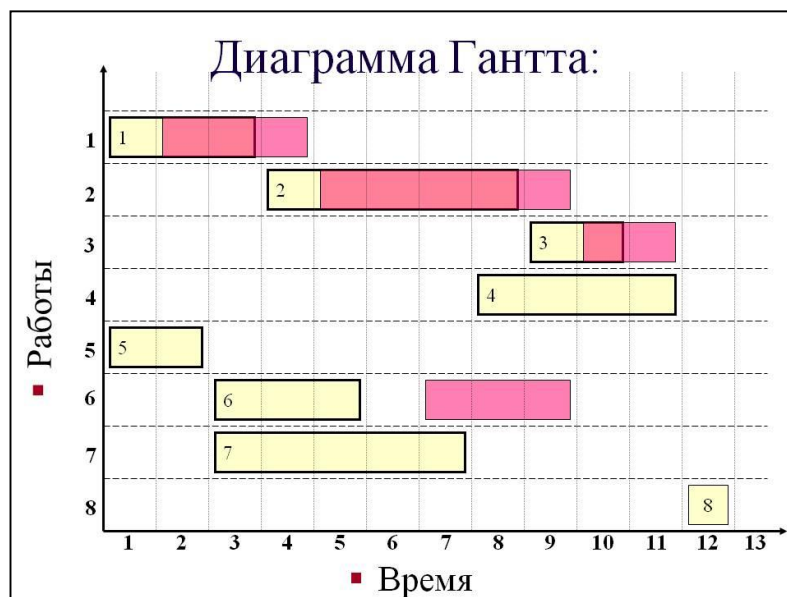
Для правильного и полного написания этого раздела следуйте таким пунктам:

- подробная характеристика процессов и услуг, в том числе и объективные причины такого выбора;
- есть ли необходимость в приобретении или аренде помещений, земельных участков;
- описание организационной структуры
- какой персонал требуется для Вашей идеи, его характеристики, образование, опыт работы, количество нужных работников, дополнительную информацию;
- придется доказать на фактах, что предоставляемая услуга безопасна для широкого использования и не принесет вреда ни людям, ни окружающему миру;
- рассказать, какие дополнительные ресурсы Вам будет нужно, и в каком количестве;
- описание всех партнеров;
- каждая оказанная услуга должны иметь свою рассчитанную себестоимость;
- Создание анализа, в котором будет рассматриваться структура себестоимости услуги.

4.10 Организационный план

В данном разделе необходимо предоставить четкий график, по которому проект будет реализовываться проект. Здесь обязательно детально описать все необходимые сроки.

Для более наглядного варианта, можно использовать диаграмму Гантта - это популярный тип столбчатых диаграмм (гистограмм), который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту.



4.11 Финансовый план

Данная часть бизнес-плана будет отлично оформлена, если Вы поместите сюда **информацию по следующим последовательным пунктам:**

- План доходов и расходов на несколько лет вперед;
Стандартно при расчетах в бизнес – проектах берут от трех до пяти лет,
- За какой срок Вы планируете реализовать идею, при этом максимально распишите первый год, желательно помесечно;
- План перемещения активов и денег;
- Общий, приблизительный баланс, для первого года реализации плана;
- Анализ безубыточности, в котором должны быть изучены перспективы, графики финансовой деятельности, обнаружение точки безубыточности.

Также Вы должны описать вероятные инвестиционные вложения, к примеру, лизинг или кредитные средства. Необходимо тщательно рассмотреть возможности финансирования, шансы на получение денег, высчитать насколько будет выгодным их использование, также обязательно описать, каким образом будет происходить погашение задолженности заемных средств.

В конце этой части Вы должны привести анализ эффективности всей работы. Вы можете взять для необходимых манипуляций любой метод, к примеру, анализ финансово-хозяйственной деятельности. Это делается для определения рентабельности, финансовой стойкости всего проекта и многих других показателей.

Стоит выдержать такую структуру этого раздела:

- Ежегодная отчетность о получаемых прибылях и затратах;
- Структура налоговых выплат;
- План для описания динамики финансов в первый год;
- Запланированный баланс на первый год реализации бизнес-плана;
- Потребность в инвестициях;
- Затраты, которые последуют за использованием наемных денежных ресурсов;
- С помощью определенной методики проведенный анализ всей документации бизнес-плана.

Важный этап в создании финансового плана. Доходность бизнеса и его окупаемость – основные показатели эффективной деятельности на рынке. Анализ этих аспектов позволит предугадать на год вперед дальнейшее развитие предприятия.

Рассмотрим, какие показатели являются наиболее значимыми при составлении финансового плана:

А) Чистая дисконтированная прибыль (Net Present Value – NPV) – размер ожидаемой прибыли с расчёта стоимости продукта на текущий момент.

Дисконтированный доход показывает потенциальную окупаемость проведенных вложений в бизнес с расчетом на несколько лет вперед.

Причины изменения NPV:

- вложения приносят прогнозируемую прибыль;
- инфляция;
- риски потери инвестиций.

Если проведенные расчеты показали значение – «0», Вы достигли точки отсутствия убыточности.

Б) Рентабельность бизнеса – комплексный показатель финансовой эффективности работы. Понятие показывает владельцу, насколько его бизнес успешен и стабильно ли приносит доход.

При отрицательном значении Ваше предприятие несет одни лишь убытки. Показатели рентабельности разделяют на 2 группы:

- Коэффициент продаж – процент дохода с каждой единицы валюты. Показатель дает представление о правильности ценовой политики бизнеса и способностях держать под контролем расходы.
- Рентабельность актива – относительное значение результативности работы. Позволяет увидеть возможность извлечения прибыли с предприятия.

Финансовый план должен предусматривать мероприятия по увеличению показателя рентабельности за счет организационных и финансовых процедур.

В) Срок окупаемости – временной показатель периода полной окупаемости вложенных в бизнес денежных средств.

На основании этого значения инвесторы выбирают бизнес-проекты, что дают возможность в наиболее сжатые сроки отбить вложенные деньги и перейти к непосредственному получению прибыли.

Выделяют простой и динамичный показатели окупаемости проекта. В первом случае — это период времени, за который инвестор получит назад вложенные деньги. При динамичном показателе в расчет берутся данные по ценности денежных средств, зависящие от порога инфляции на протяжении

всего времени. Динамичный показатель всегда выше простого срока окупаемости.

Таблица ниже показывает формулы расчёта 3-х основных показателей эффективности, что потребуются при составлении финансового плана:

Показатель эффективности	Формула	Описание составляющих
Чистый дисконтированный доход	$\text{ЧДД} = \text{НК} + \frac{\text{Д1} - \text{Р1}}{1 + \text{СД1}} + \frac{\text{Д2} - \text{Р2}}{1 + \text{СД2}} + \frac{\text{Д3} - \text{Р3}}{1 + \text{СД3}}$	<p>НК – капитал начальных вложений и затрат.</p> <p>Д – доходы за первый, второй, третий год, в соответствии с цифрами рядом.</p> <p>Р – расходы за первый, второй, третий год, в соответствии с цифрами рядом.</p> <p>СД – ставка дисконта (учет инфляции за рассчитываемый год).</p>
Рентабельность предприятия	$\text{РООД} = \text{ПОР} / \text{ПЗ}$	<p>РООД – рентабельность от основной деятельности.</p> <p>ПОР – прибыль от реализации.</p> <p>ПЗ – понесенные затраты.</p>
Срок окупаемости	$\text{СО} = \text{НК} / \text{ЧДД}$	<p>СО – сроки окупаемости.</p> <p>НК – начальные вложения, к ним необходимо прибавить дополнительные вложения, если они были (кредиты и т.д. в процессе существования организации).</p> <p>ЧДД – чистый дисконтный доход предприятия.</p>

Провести необходимые расчёты проще всего через специализированное программное обеспечение, но все же эффективнее будет провести самостоятельный расчет.

Г) Точка безубыточности.

В любом бизнес планировании важно рассчитать, в какой момент проект полностью покроет убытки и начнет приносить реальный доход. Для этого определяется так называемая точка безубыточности. Точка безубыточности

показывает эффективность какого-либо коммерческого проекта, поскольку инвестор должен знать, когда проект наконец окупится, каков уровень риска для его вложений. Он должен принять решение, стоит ли инвестировать в проект или нет, и расчет точки безубыточности в этом случае играет важную роль.

Точка безубыточности (break-evenpoint– ВЕР) – объем продаж, при котором прибыль предпринимателя равна нулю. Прибыль – это разница между доходами (TR– totalrevenue) и расходами (ТС– totalcost). Точку безубыточности измеряют в натуральном или денежном выражении.

Существуют две формулы для расчета точки безубыточности – в натуральном и стоимостном выражении.

Для того чтобы рассчитать точку безубыточности в натуральном выражении, необходимо использовать следующие показатели: Постоянные затраты на объем (FC– fixedcost); Цена единицы товара (услуги, работы) (P– price); Переменные затраты на единицу продукции (AVC– averagevariablecost). Рассчитать точку безубыточности в натуральном выражении можно по следующей формуле:

$$BEP=FC/(P-AVC)$$

В данном случае по итогам расчета получится критический объем продаж в натуральном выражении.

Для того чтобы рассчитать точку безубыточности в денежном выражении, необходимо использовать следующие показатели: Постоянные затраты (FC – fixed cost); Выручка (доходы) (TR– totalrevenue) или цена (P — price);

Переменные затраты на объем (VC – variablecost) или переменные затраты на единицу продукции (AVC – average variable cost). Для начала необходимо рассчитать коэффициент маржинального дохода (долю маржинального дохода в выручке), т.к. этот показатель используется при расчете точки безубыточности в денежном выражении, и маржинальный доход.

Маржинальный доход (MR– marginalrevenue) находится как разница между выручкой и переменными затратами. $MR=TR-VC$

Так как выручка на единицу продукции – это цена ($P=TR/Q$, где Q– это объем продаж), можно рассчитать маржинальный доход как разницу между ценой и переменными затратами на единицу продукции. $MR=P-AVC$

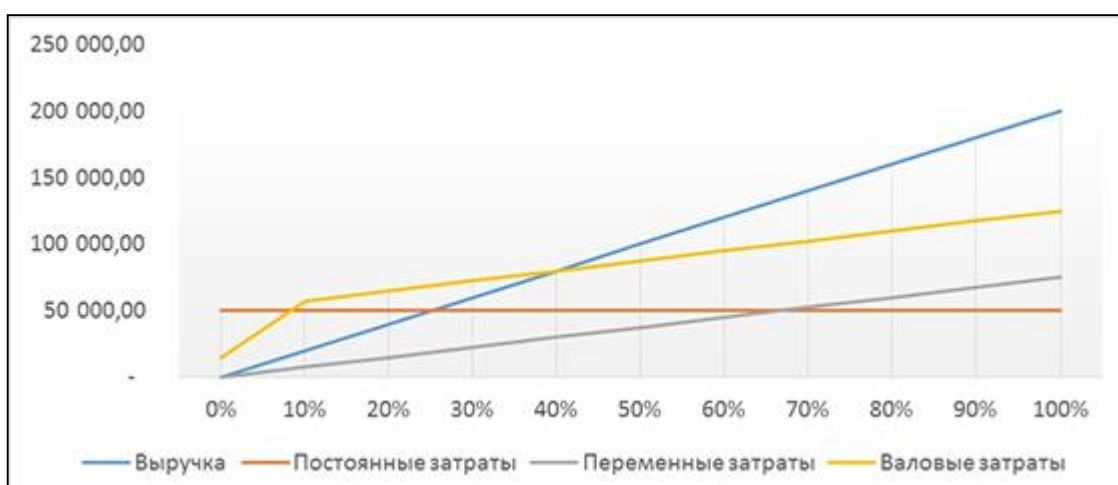
Коэффициент маржинального дохода рассчитывается по следующей формуле: $KMR=MR/TR$ или (если MR рассчитывается исходя из цены): $KMR=MR/P$

Обе описанные выше формулы для расчета коэффициента маржинального дохода приведут к одному результату. Точка безубыточности в денежном выражении (этот показатель также называют «порог рентабельности») рассчитывается по следующей формуле:

$$BEP=FC/KMR$$

В данном случае по итогам расчета получится критическая сумма выручки, при которой прибыль будет равна нулю.

Пример точки безубыточности на графике. Нужно провести линию выручки, затем линию переменных затрат (наклонная линия) и постоянных затрат (прямая линия). По горизонтальной оси идет объем продаж/производства, а по вертикальной – затраты и доход в денежном выражении. Потом следует сложить переменные и постоянные затраты, получая линию валовых затрат.



Точка безубыточности на графике находится на пересечении линии выручки с линией валовых затрат. На нашем графике это точка равняется 40% объема продаж услуг.

4.12 Изучение и проведения анализа относительно возможных рисков

Каждое дело любой сложности имеет на своем пути множество неприятностей. То же касается и реализации любого бизнес-плана. Именно поэтому данный раздел так важен. Инициатору проекта следует уделить особое внимание этому разделу

Важно рассчитать все возможные риски и хорошо продумать эффективные способы их предотвращения или решения.

Именно здесь должны быть приведены стратегии по разрешению всех предполагаемых трудностей. Это станет отличным стимулом для инвесторов и удобным инструментом для самого инициатора проекта, так как у него уже будут готовые методики борьбы с рисками.

Определите степень каждого из рисков и уверенно, фактами, обоснуйте их. Понять проблему один из главнейших шагов на пути ее решения.

Актуальным было бы создание альтернативных действий, для покрытия убытков, компенсации вероятных потерь. Чем больше Вы предугадаете изначально, тем меньше Вам придется держаться за голову в будущем. Используйте для этого уже знакомый SWOT-анализ или качественное изучение.

Если говорить о последнем варианте, то здесь можно посчитать не только возможные риски, но и вероятные потери. Здесь будут актуальны и различные методы, начиная от экспертного и заканчивая статистическим.

В туристской деятельности можно выделить основные виды рисков:

- *Политические риски: введение экономических, военные действия, конфликтные ситуации, террористические акты, различного рода беспорядки. Они могут быть как национальными, так региональными, а возможно и международными.*

- *Технические риски: получение отрицательных результатов от контактов с партнёрами, ошибки персонала, который не располагает навыками действия в кризисной обстановке, сбои.*
- *Производственные риски: снижение объёмов продажи туристических услуг, рост затрат, ограниченное предложение туристических услуг.*
- *Предпринимательские риски - отсутствие возможности поддерживать прежний уровень доходов на вложенный капитал.*
- *Отраслевые риски - риски изменения экономического состояния самой отрасли.*
- *Естественные риски: экологический, риск стихийных бедствий, природные катаклизмы.*
- *Коммерческие риски: невозможность реализовать туристические путёвки или снижение объёмов их реализации клиентам, падение спроса, потери качества предлагаемого турпродукта.*
- *Инфляционные риски: общее повышение цен, снижение покупательной способности денег.*
- *Инновационные риски: неудачи в освоении новых рыночных сегментов и туристических маршрутов.*
- *Валютный риск - модификация стоимости туруслуг, связанная с изменением или колебанием курса валют.*
- *Инвестиционный риск - это риск потери инвестируемого капитала и ожидаемого дохода, его снижения.*
- *Кредитные риски: неуплата долга, неплатежеспособность клиентов.*
- *Процентный риск: к нему относится риск изменения общего уровня процентных ставок по отдельным видам кредита.*

Подробное рассмотрение рисков, готовые алгоритмы их решения привлеку на Вашу сторону партнеров и инвестиции.

4.13 Что включить в приложения

Здесь могут быть разные данные, так как это общий «архив» документации, использованной в основных разделах плана.

Сюда могут входить:

- Копии официальных договоров (аренда, поставщики и т.д.);
- Подробные планы, рендеры, фотографии проекта;
- Подтверждения правдивости заявленных характеристик;
- Цены и каталоги от вероятных поставщиков;

Таблицы с финансовой отчетностью и любая другая информация, убранная из основного текста, для облегчения восприятия читающего.

4.14 Итог

Это общая форма составления бизнес-плана. Согласно специфике туристической сферы, Вы должны редактировать ее под реализуемый проект, возможно где-то добавить, а где-то сократить информацию. Если Вы хорошо понимаете, что Вы собираетесь делать, то создать такой проект будет не составит труда.

Структура бизнес-плана для получения статуса «Резидент Свободного порта Владивосток (СПВ)»

Если Вы решили при реализации своего проекта получить статус «Резидент Свободного порта Владивосток (СПВ)» помимо пакета документов, обязательным условием является подготовка бизнес-плана, в соответствии с приложением к приказу Минвостокразвития России № 187 от 28.09.2015 «Требования к бизнес-плану, представляемому для заключения соглашения об осуществлении деятельности в качестве резидента свободного порта Владивосток».

Структура типового бизнес-плана

1. Информация о заявителе.

1.1. Наименование юридического лица (фамилия, имя, отчество (при наличии) индивидуального предпринимателя).

1.2. Организационно-правовая форма заявителя (для юридических лиц).

1.3. Дата регистрации, номер свидетельства о государственной регистрации юридического лица, наименование регистрирующего органа.

1.4. Номер, дата выдачи свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, наименование регистрирующего органа.

1.5. Место нахождения заявителя (для юридических лиц)/место жительства индивидуального предпринимателя (для индивидуальных предпринимателей).

1.6. Фамилия, имя, отчество (при наличии), номера телефонов руководителя (руководителей) заявителя.

1.7. Вид (виды) предпринимательской деятельности заявителя. В случае, если на момент подачи заявки заявитель осуществляет несколько видов предпринимательской деятельности, указать процент прибыли (при наличии), приходящийся на каждый из видов деятельности в общем объеме прибыли в среднем за последний отчетный год деятельности.

2. Сведения о проекте.

2.1. Суть предполагаемого проекта, его цель и место реализации.

2.2. Перечень и оценка рыночных рисков проекта.

2.3. Срок реализации проекта.

2.4. Срок окупаемости проекта.

2.5. Организационный план с указанием основных стадий реализации проекта (предынвестиционная, инвестиционная, операционная, ликвидационная).

2.6. Общий предполагаемый объем прямых иностранных инвестиций в период деятельности заявителя на территории свободного порта Владивосток.

2.7. Общий объем капитальных вложений в проект на территории свободного порта Владивосток с разбивкой по годам.

2.8. Планируемые источники денежных средств и их структура (собственные и заемные средства заявителя, бюджетное финансирование) на реализацию проекта.

2.9. Планируемые финансовые результаты реализации проекта (чистая текущая стоимость, внутренняя норма рентабельности, ежегодные суммы налоговых поступлений в бюджет Российской Федерации, бюджет субъекта Российской Федерации и местный бюджет, а также поступлений в государственные внебюджетные фонды на ближайшие десять лет).

2.10. Планируемый объем продаж и стратегия маркетинга с указанием динамики увеличения прогнозной доли рынка и инструментов их достижения.

2.11. Планируемый объем поставки продукции на экспорт.

2.12. Количество создаваемых рабочих мест и описание требуемой квалификации для создаваемых рабочих мест.

2.13. Размер инвестиций на одно вновь созданное или модернизированное рабочее место.

2.14. Производительность труда в расчете на одно вновь созданное или модернизированное рабочее место.

2.15. Предполагаемые потребности проекта в земельных, энергетических и иных ресурсах, а также в дорожной, коммунальной и иной инфраструктуре.

3. Сведения о продукции (работах, услугах).

3.1. Наличие опыта производства продукции (работ, услуг).

4. Приложение к бизнес-плану.

4.1. Документы, подтверждающие сведения, представленные в бизнес-плане.

4.2. Бухгалтерская отчетность заявителя за три предыдущих года (при наличии).

Глава 5. ПРИМЕРЫ УСПЕШНЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Одно из популярных сегодня направлений – экотуризм. Основная его цель – предоставить всем желающим (как правило, это жители городов, или туристы, желающие познакомиться с природой Приморского края) отдых на природе. Причем территория, на которой предлагается отдых, должна максимально сохранить свой первозданный вид. Туристы знакомятся не только с живой природой, но и с местными жителями, их культурой, особенностями уклада быта. Часто предлагается участие в повседневной жизни коренных жителей. При этом основной принцип такого отдыха – невмешательство в окружающую среду, сохранение ее первозданного вида. Чаще всего такие поездки организовываются по заповедным зонам, лесопаркам. Но в последнее время набирает популярности посещение небольших поселений на день или более, чтобы туристы могли лично познакомиться с местной социокультурной средой.

Ниже приведены примеры экологического туризма на территории Приморского края:

- Экспедиция 3 по маршрутам Кабелева С.В. Невыдуманная сказка - Синегорье
 - Мыс Лапласа;
 - "Дом бабочек" и "Веселая ферма";
 - Зимняя Фалаза - восхождение и полет над вершиной;
 - Вулканический каньон Романовского ключа;

- "Долина Атлантов";
- «Рододендроны на Хасане»;
- Один день в Морском заповеднике... о.Фуругельма;
- Прогулка к Священному Лотосу;
- Релакс-тур в Триозерье.

Создание и строительство тематических парков—это современный тренд, который охватывает все новые и новые страны, заботящиеся о развитии туризма.

Это объясняется тем, что современному туристу мало обычного знакомства с архитектурными памятниками, он хочет большего, он мечтает окунуться в неповторимый уникальный мир, он ждет шоу, зрелищ, которые бы помогли ему понять значение и место увиденного в жизни.

По замыслу тематический парк — это центр семейного отдыха и развлечений, что во многом определяет выбор самой темы. Чтобы объединить людей разных возрастов и, в первую очередь, привлечь взрослое население, она должна носить не только увеселительный, но и информационно-познавательный характер.

Парки могут создаваться вокруг самых разнообразных тем: история, культура, география, спорт и т. д. Некоторые из них посвящены всецело одной теме, другие затрагивают разные темы, всё это может сопровождаться массой запоминающихся ярких эмоциональных театрализованных действий.

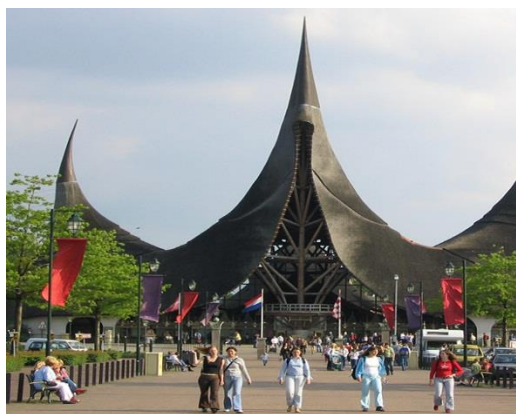
В качестве примеров можно привести такие популярные парки мира как: тематический водный парк «Морской рай Хаккейдзима» в Йокогаме Япония; парк развлечений «Эфтелинг» в Катсхёвеле, Нидерланды; парк развлечений «Эверленд» в Сеуле, Южная Корея; парк развлечений «Сады Тиволи» в Копенгагене, Дания.

Тематические парки играют важную роль в региональном развитии и нередко выступают в качестве основных факторов, участвующих в формировании и развитии имиджа региона, отличительной особенностью которых является их ориентированность на культурную составляющую,

которая преобразуется в положительный социально-экономический эффект повышая уровень конкурентоспособности региона.

Несомненно, такие парки будут пользоваться огромным спросом у туристов. Необходимо, чтобы инвесторы активнее проявляли интерес к реализации таких проектов. Массу тем для тематических парков подсказывает наша география, природа Владивостока и Приморского края.

В нашем крае в качестве успешного примера реализации проекта в данной сфере можно назвать парк отдыха «Изумрудная долина», созданный в 2012 году. «Изумрудная Долина» - уникальный парк на Дальнем Востоке, расположенный в 5 км от г. Уссурийска (110 км от Владивостока). Это место под открытым небом, где представлена сама суть русской культуры, её разнообразие и красота. На территории парка можно почувствовать дыхание истории, почувствовать древнюю культуру, принять участие в многочисленных фестивалях, здесь культивируют безопасный и интересный семейный отдых. Неотъемлемой составляющей деятельности парка являются событийные мероприятия разной направленности: проводятся яркие фестивали, народные праздники, концерты, экскурсии, выставки, ярмарки, фотосессии и многое другое. В 2017 году состоялось открытие резиденции главного Деда Мороза страны. За время существования слава этого парка перешагнула границы Приморья. О нем знают на Дальнем Востоке, им интересуются иностранные туристы. Данный парк, как туристический объект рассчитан на развитие внутреннего и внешнего туризма с целью формирования и поддержания интереса у граждан России и иностранных туристов к историческому прошлому, этнографии, культуре Приморского края и России в целом.



Аналогичный Центр семейного отдыха и развлечений «Парк народов мира» планируется построить и во Владивостоке.

На площади более 20 гектаров во Владивостоке планируется разместить выставочный павильон с экспозициями, иллюстрирующими фрагменты из жизни и культурные особенности народов мира, гостиницу, тематические домики для проживания туристов, парк аттракционов, аквапарк и другие объекты. Авторская концепция проекта предполагает создание качественного туристского продукта мирового значения, гости которого смогут не только хорошо отдохнуть, но и расширить кругозор, получить новые знания в области этнографии, географии, культуры и истории. Реализовать данный проект планирует компания "СТРАТЕГ", которая является резидентом Свободного порта Владивосток. Открытие современного рекреационно-развлекательного комплекса позволит создать более 300 новых рабочих мест, а также поспособствует развитию туризма в Приморье. Парк станет точкой притяжения не только для дальневосточников, но и иностранных гостей.

Планируется, что в год его смогут посетить свыше 1 миллиона человек. Открытие парка намечено на 2022 год

Реализацию проекта сопровождает АНО «Инвестиционное агентство Приморского края». Специалисты помогают предпринимателям грамотно выстроить взаимодействие как с потенциальными иностранными инвесторами, так и с государственными органами. На данном этапе решается земельный вопрос.

Сельский туризм (или агротуризм)—это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и/или участия в сельскохозяйственных работах; сектор туристической отрасли, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристского продукта. Обязательное условие: средства размещения туристов, индивидуальные или специализированные, должны находиться в сельской местности или малых городах без промышленной и многоэтажной застройки.

В первую очередь от сельского туризма ожидают спокойствия и размеренности сельской жизни, чистого воздуха, тишины и натуральных продуктов, комфортных условий проживания, домашней атмосферы, приемлемых цен, ощущения близости с природой, получения новых впечатлений, знакомства с местными традициями, возможности развлечения для детей и проведения досуга для взрослых. Сельский туризм уже набрал большие обороты в Западной Европе, Северной Америке и Австралии, он хорошо развит в Испании, Италии, Франции. При сохраняющейся тенденции роста спроса на туристские услуги в мире и в России услуги сельского туризма занимают все большее место. Это связано и с предпосылками урбанистического характера, и с ростом продолжительности отпусков, и с усилением интереса людей к путешествиям. Добавляют интерес незначительные доходы большинства населения России, делающие сельский туризм зачастую единственным возможным способом получить полноценный

отдых за весьма умеренную плату. В последнее время сельские туристические направления становятся все популярнее, а сельский туристический бизнес регистрирует из года в год все больший объем продаж, привлекая все большее количество бизнесменов в эту сферу деятельности.

Согласно утвержденным маршрутам в Приморском крае можно отметить следующие наиболее популярные туристические маршруты: «Экскурсионный маршрут на пасеку Пчелка», «Экоферма на Рязановке», «Домик в Кронштадке», «Майхинская винодельня».

«Майхинская винодельня» основана в 2004 году в долине реки Майхэ. Сегодня это небольшое семейное хозяйство, расположенное в селе Анисимовка Шкотовского района Приморья. Руководит хозяйством Сергей Куречко. Он и директор, и идейный вдохновитель, и технолог, и брокер, и виноградарь, и сомелье, и экскурсовод. Экскурсия состоит из двух частей. Во время первой вам покажут производственное помещение винодельни и детально расскажут обо всех стадиях винодельческого процесса. Обязательная часть этого этапа – посещение винного погреба с дегустацией.

Таким образом «Майхинское хозяйство» – это не просто маленькая винодельня, а целый комплекс по агротуризму. Хозяйство принимает организационные экскурсионные группы и небольшие компании винных туристов.



