

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ
	Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет»
	Академический колледж

**ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**
по профессиональному модулю
ПМ 01. Предоставление турагентских услуг
ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов
ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг
программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм

период с «28» ноября по «24» декабря 2022 года

Студент группы С-ТУ-21 _____ Кожанова П. Г.
подпись

Наименование предприятия: ООО «Дороги мира»

Руководитель практики от предприятия _____ Филимонова А. Ю.
подпись

Отчет защищен:

с оценкой _____ Руководитель практики от ООО _____ Ермолович Л.О

Владивосток 2022

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности.....	5
1.1 История создания и развития предприятия.....	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия ООО «Дороги мира».....	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	7
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия ООО «Дороги мира».....	8
1.5 Перспективы развития предприятия ООО «Дороги мира».....	9
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия.....	12
2.1 Анализ деятельности предприятия ООО «Дороги мира».....	12
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии ООО «Дороги мира». Культура предприятия ООО «Дороги мира».....	13
2.3 Информационные технологии предприятия ООО «Дороги мира».....	14
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	16
4 Система обеспечения безопасности.....	18
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	20
6 Индивидуальное задание.....	36
Заключение.....	46
Список использованных источников.....	47
Приложение А. Логотип.....	49
Приложение Б. Местоположение.....	50
Приложение В. Дизайн фасада турфирмы.....	51
Приложение Г. Социальные сети.....	52

Введение

Туризм является одной из ведущих и наиболее развивающихся отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свой кругозор, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создания дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, производство товаров народного потребления, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе необходимо хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристского менеджмента и маркетинга, прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Туризм – это путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях. Развитие туризма в России характеризуется следующими факторами:

- наличие постоянного спроса, предложения на турпродукты, их распространения (например, рост индивидуального туризма и возобновление массового интереса к экскурсионному делу)

- возрастание роли сегментации рынка;

- усиление координации и монополизации в туризме (вертикальная и горизонтальная интеграция, глобализация);

- упрочнение роли СМИ в сфере туризма;

- развитие профессионально-квалификационной структуры и образования, улучшение организации труда;

- укрепление позиций частного туристического бизнеса.

Место практики – ООО «Дороги мира». Директор турфирмы Дёмина Наталья Владимировна (Приложение А).

Основные задачи практики в данной турфирме:

- знакомство с процессом организации работы в турфирме;
- изучение документации, на основе которой осуществляет деятельность туристическое агентство;
- знакомство с документооборотом туристского предприятия;
- изучение финансово-экономических документов и документов внутренней отчетности;
- знакомство с правилами внутреннего распорядка и структурой туристского предприятия;
- знакомство и изучение особенностей туров, предлагаемых по различным направлениям в турфирме.

Основная задача туристской фирмы – это непрерывный цикл производственной и перспективной деятельности по созданию качественного туристского продукта, что очень активно изучается во время прохождения практики.

Теоретической и методической основой при написании отчета стали законы, инструкции, учетная политика предприятия, приказы, распоряжения, регистр, организационные документы.

1 Общие сведения о деятельности предприятия

1.1 История создания и развития предприятия ООО «Дороги мира»

ООО «Дороги Мира» зарегистрирована 13 октября 2014 г. регистратором Инспекция Федеральной Налоговой Службы по Ленинскому Району Г. Владивостока. Руководитель организации: директор Демина Наталья Владимировна. Юридический адрес ООО "Дороги Мира" - 690090, Приморский край, город Владивосток, Алеутская улица, дом 51, офис 6.

Основным видом деятельности является «Деятельность туристических агентств».

На момент создания туристического агенства, учредитель – Анна Юрьевна Филимонова и директор – Демина Наталья Владимировна имели огромный опыт в сфере туризма (более 20 лет), именно поэтому они и решили, что готовы сами организовать свое предприятие. Так сообщила мне сама Анна Юрьевна.

1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия

Турфирма «Дороги мира» является обществом с ограниченной ответственностью.

Общество с ограниченной ответственностью-это созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества (п.1 ст.2 Федерального закона от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 31.12.2017) «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

Участники общества обязаны:

– оплачивать доли в уставном капитале общества в порядке, в размерах и в сроки, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом и договором об учреждении общества;

– помимо обязанностей, предусмотренных настоящим Федеральным законом, устав общества может предусматривать иные обязанности участника (участников) общества. Указанные обязанности могут быть предусмотрены уставом общества при его учреждении или возложены на всех участников общества по решению общего собрания участников общества, принятому всеми участниками общества единогласно. Возложение дополнительных обязанностей на определенного участника общества осуществляется по решению общего собрания участников общества, принятому большинством не менее двух третей голосов от общего числа голосов участников общества при условии, если участник общества, на которого возлагаются такие дополнительные обязанности, голосовал за принятие такого решения или дал письменное согласие.

Дополнительные обязанности, возложенные на определенного участника общества, в случае отчуждения его доли или части доли к приобретателю доли или части доли не переходят.

Документы туристской фирмы «Дороги мира» можно разделить на три большие группы, относящиеся к разным видам деятельности:

- 1) учредительные и иные разрешительные документы;
- 2) документы, относящиеся к разработке туров;
- 3) документы, выдаваемые туристам.

Регистрацией ООО во Владивостоке занимается ИФНС России по Ленинскому району г. Владивостока, которая расположена по адресу: г. Владивосток, Океанский проспект, д.40.

Для регистрации ООО в налоговый орган необходимо будет предоставить пакет документов, среди которых:

- главный документ - заявление на регистрацию ООО формы Р11001, утверждена ФНС (бланк заявления). В форму необходимо будет внести данные об обществе.
- документ, подтверждающий наличие у будущего ООО юридического адреса.
- чек об уплате госпошлины.
- устав общества (с 25 июня 2019 года ООО могут работать и с типовыми Уставами, утвержденными Минэкономразвития). Этот документ должен быть подан в двух подлинниках. Форма Устава.
- протокол собрания учредителей / решение учредителя о создании ООО (форма протокола, форма решения).
- если в ООО более одного учредителя, то также потребуются договор об учреждении ООО, форма договора.
- уведомление о переходе на УСН. Предоставляется в 2 экземплярах. Бланк уведомления.

Минимальная величина уставного капитала для ООО составляет, как правило, 10 000 рублей.

Внести уставной капитал можно деньгами и имуществом (однако минимальный уставной капитал вносится только деньгами).

Учредители ООО «Дороги мира»:

Филимонова Анна Юрьевна. Доля: 5 000 руб.

Демина Наталья Владимировна. Доля: 5 000 руб.

Оба учредителя, Анна Юрьевна и Наталья Владимировна, внесли равноценный вклад в создание турфирмы. Они отдают все свои силы на развитие фирмы, а также удерживаются на плаву в связи с эпидемиологической ситуацией.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура управления - совокупность специализированных функциональных подразделений, взаимосвязанных в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений.

Для создания качественной структуры предприятия требуется ее постоянный анализ и своевременное внесение корректировок, на основе полученных в результате анализа данных.

Директором турфирмы «Дороги мира» является Дёмина Наталья Владимировна, на данный момент под ее руководством находятся 4 человека:

- Заместитель директора;
- Бухгалтер;
- Менеджер по туризму принимающий;
- Менеджер по туризму отправляющий.



Рисунок 1 – Организационная структура ООО «Дороги мира»

В обязанности директора входит:

- руководство хозяйственной и финансово экономической деятельностью турагентства, неся всю полноту ответственности за последствия принимающихся решений;
- руководство деятельностью структурных подразделений турагентства;
- разработка текущих и перспективных планов;
- обеспечение выполнения всех обязательств перед клиентами сторонними организациями;
- организация деятельности по оказанию туристских услуг и реализации турпродукта;
- решение финансово-экономических вопросов;
- контроль результатов работы сотрудников;
- утверждение правил внутреннего трудового распорядка.

В обязанности менеджера по туризму входит:

- сбор и анализ желаний туриста;

- поиск наиболее интересных и подходящих туров по запросу клиентов;
- расчет стоимости путешествия;
- связь с отелями и организациями, предоставляющие туристские услуги;
- обеспечение клиентов всей необходимой информацией в печатной и устной форме;
- формирование списков отдыхающих;
- ведение статистики и подготовка отчетов.

Директор турфирмы строго относится к подбору персонала, лично проводит собеседования. Для нее важна в первую очередь заинтересованность человека к его деятельности, а также тяга к новым знаниям. Часто, Наталья Владимировна смотрит на то, как человек показывает себя в коллективе, проявляет инициативность. Именно поэтому несмотря на маленький штат сотрудников, работа идет интересно, в коллективе часто возникают новые идеи, что приводит к развитию фирмы на туристском рынке.

Преимущества турфирмы:

- слаженная работа коллектива;
- развитые направления;
- широкий спектр услуг;
- участие в системе кэшбек 20%;
- участи в выставках ТТФ, ПИТЭ, МИТТ;
- фирма является членом РСТ (российский союз туриндустрии).

Недостатки:

- недостаточно продвижения;
- всего один офис на весь город (Приложение Б);
- во время пандемии турфирма очень мало функционирует;
- невзрачный фасад офиса (Приложение В).

Как уже писалось выше, турфирма имеет очень дружный коллектив, именно поэтому со временем сложились свои традиции, корпоративы по поводу дня рождения, восьмого марта, нового года и других праздников, совместный выход на природу, маленькие подарочки по праздникам.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Турфирма Дороги мира имеет широкий спектр предоставляемых услуг и видов отдыха, за время своего существования фирма покорила туристов профессионализмом, высоким качеством обслуживания, интересными предложениями и достаточно бюджетной стоимостью туров.

Предлагаемые туры: автобусные туры, активный отдых, горнолыжные туры, горящие

туры, индивидуальные туры, корпоративный отдых, круизы, новогодние и рождественские туры, оздоровительные туры, отдых на островах, пляжный отдых, свадебные путешествия, туры выходного дня, туры на каникулы, туры на праздники, шоп-туры, экзотические туры, экскурсионные туры.

Также данное предприятие специализируется на организации и проведении экскурсий по городу и по краю.

Виды экскурсий: активный отдых, экстрим, детские обзорные, экскурсии выходного дня.

Дороги мира до 2020 года отправляли своих туристов отдыхать в Нячанг (Вьетнам), Европа, Кипр, Латинская Америка, Малайзия, Симферополь (Россия), Паттайя (Таиланд), Пхукет (Таиланд), Тунис, Турция, Юго-восточная Азия, Сеул (Южная Корея), Япония и так далее.

Основные задачи турфирмы ООО «Дороги мира»:

- продвижение этой информации с помощью рекламы;
- развитие внутреннего туризма;
- изучение потребностей потенциальных туристов.;
- полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и другое.;
- организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, а также используя специфику и особенности туристского рынка.
- расчет стоимости тура, и определения цены с учетом рыночной ситуации.

Туристы Приморского края не летают отдыхать в западную часть нашей страны, потому что это не выгодно. Очень высокие цены на перелет, проживание, до пандемии для туристов было намного выгоднее отдохнуть в азиатских странах. Именно по этой же причине западные туристы практически не посещают Владивосток и города Приморского края. А также в Приморском крае не сильно развита инфраструктура, развлечение и отдых. Поэтому туристы, за эти же деньги предпочтут отдых в других странах.

1.5 Перспективы развития предприятия

Моделирование экономической деятельности туристской фирмы в целях её стабильной работы и процветания в долгосрочном периоде очень важно для эффективного развития предприятия.

Целью деятельности любой коммерческой организации в условиях рыночной экономики, в конечном счете, является получение прибыли, способной обеспечить ее дальнейшее развитие. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как

главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

Туризм является открытой системой, на которую оказывают существенное влияние природные факторы, климатические, экономические и социальные катаклизмы, национальные и региональные конфликты и т.п. Ситуация осложняется и тем, что во многих случаях некоторые виды коммерческой деятельности, например транспортная, организация размещения и питания, направлены на обслуживание не только организованных туристов, но и обычных клиентов.

Турфирма, на сегодняшний момент не может похвастаться ускоренным развитием, так как из-за пандемии она потеряла основное направление туризма – страны Азии, что очень сказалось на доходах, развитии на туристском рынке.

Но несмотря на проблемы турфирма остается в топе лучших туроператоров России и членом РСТ.

Российский союз индустрии дает:

- льготно участвовать в выставках, конференциях, обучающих семинарах и других важных мероприятиях;

- члены РСТ могут воспользоваться скидками, бонусами и другими специальными предложениями при работе с отелями, музеями, с/ми, транспортными и прочими компаниями, входящими в РСТ;

- возможность неформального общения с лидерами туристской отрасли страны и региона во время мероприятий РСТ;

- использование официальной эмблемы-символа РСТ (логотип РСТ является знаком качества, подтверждающим надежность вашей компании и ее высокий статус на туристском рынке);

- размещение информации о вашей компании на сайте РСТ;

- информационная поддержка.

Задача объединения – создание в РФ цивилизованного туристического рынка и содействие развитию отечественной туристической индустрии на федеральном и региональном уровнях.

В структуру РСТ входят 12 региональных отделений: Волгоградское, Дальневосточное, Крымское, Пермское, Приволжское, Приморское, Северо-Западное, Тверское, Удмуртское, Уральское, ЮГ-РСТ и Региональный Союз Туристической Индустрии (РЕГИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ). В рамках Союза работают 21 комитет и комиссия.

Основные задачи РСТ – создание в стране цивилизованного туристического рынка и повышение конкурентоспособности национального туристического продукта услуг в сфере

туризма.

Рассмотрим перспективы развития турфирмы ООО «Дороги мира» в виде SWOT-анализа в таблице 2

Таблица 2 - Перспективы турфирмы

Возможности	Угрозы
1 – Улучшение качества обслуживания клиентов. 2 – Повышение квалификации сотрудников. 3 – Обслуживание новых сегментов гостей. 4 – Расширение сферы услуг. 5 – Открытие сети турфирм.	1 – В настоящее время, из-за сложившейся в мире ситуации, многие турфирмы закрываются, из-за отсутствия клиентов, из-за чего нет прибыли, и владельцы уходят в минус. На данный момент ООО «Дороги мира» практически не функционируют, как турфирма, поэтому это одна из самых главных угроз. 2 – Достаточно высокий уровень конкуренции. 3 – В связи с пандемией изменение интереса потребителя на внутренний туризм.
Сильные стороны	Слабые стороны
1 – Широкий ассортимент предлагаемых услуг. 2 – Высокий профессионализм сотрудников. 3 – Разнообразный ценовой сегмент. 4 – Сотрудничество с огромным количеством турфирм, отелей, авиакомпаний.	1 – Недостаточное количество продвижения. 2 – Один офис на весь город. 3 – Маленький штат сотрудников. 4 – Не очень привлекательный дизайн офиса.

На данный момент турфирма развивается в сфере внутреннего туризма, несмотря на то что это очень сложно, так как почти все турфирмы России перешли на внутренний туризм, это очень большая конкуренция, но и также стимул развиваться дальше.

Директор турфирмы не теряет надежды, что в скором времени границы азиатских стран вновь будут открыты и компания сможет работать в прежнем режиме.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

2.1 Анализ деятельности предприятия

Турфирма ООО «Дороги мира» соответствует всем стандартам, необходимым для работы персонала. У каждого сотрудника имеется просторная, рабочая зона, состоящая из стола, удобного кресла, компьютера настольной лампы, всех необходимых канцелярских принадлежностей. В самом помещении установлен кондиционер, куллер с водой, что делает рабочее время более комфортным. У каждого сотрудника есть свой шкафчик для личных вещей.

График работы сотрудников достаточно удобен. С понедельника по пятницу с 10:00 до 18:00 с перерывом на обед, во время которого работники могут расслабиться в комнате отдыха с удобными диванчиками, обеденной зоной.

Сотрудники турфирмы хорошо развиты в сфере туризма и всегда следят за новостями туристского рынка, анализируют недостатки и преимущества своих конкурентов, что помогает им всегда находится в движении к новым высотам. Помимо этого, сотрудники активно разрабатывают новые интересные туры для всего сегмента потребителей.

В связи с эпидемиологическими ограничениями, компания не теряет и придумывает новые интересные экскурсии и туры по Приморскому краю, что помогает им оставаться на плаву и не терять клиентскую базу.

Туроператор активно сотрудничает транспортными компаниями, авиакомпаниями, предприятиями размещения и питания, с отелями Владивостока, такими как Азимут, Экватор и туроператорами Coral Travel, Pegas Touristik, Anextour, SunMar и это только малая часть фирм.

Помимо этого, занимается оформлением виз во все страны, в которые это требуется.

В Австрию, Бельгию, Чехию, Данию, Германию, Грецию, Эстонию, Финляндию, Францию, Венгрию, Исландию, Италию, Латвию, Лихтенштейн, Литву, Люксембург, Мальту, Нидерланды, Норвегию, Польшу, Португалию, Словакию, Словению, Испанию, Швецию и Швейцарию нужна шенгенская виза.

На Кипр доступна однократная электронная виза Pro-Visa, которую оформляют удаленно на сайте посольства Кипра в России. При регистрации на рейс и посадке в самолет нужно иметь при себе распечатанный бланк этой визы, которую вам отправят на электронную почту. Pro-Visa позволяет быть только на территории Республики Кипр.

В Ирландию и Великобританию — нужна национальная виза, которую оформляют в консульских учреждениях этих стран.

Ознакомимся с визитной карточкой с помощью таблицы 3.

Таблица 3 – Визитная карточка турфирмы

Основной вид деятельности	Многопрофильный туроператор России
Организационно-правовая форма	Общества с ограниченной ответственностью
Форма собственности	Частная собственность
Туристская лицензия	№ 770617R02
Регистрационный номер компании	002023z
Реестровый номер	РТО 014027
Электронная почта	dorogi.mira@mail.ru

Для клиентов существует много выгодных предложений, к примеру, рассрочка на тур, скидки для постоянных клиентов, кэшбек 20%, частые акции и скидки. Здесь же можно оформить визу и медицинскую страховку.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Обслуживание – это деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги. От подготовки к обслуживанию клиента и его профессиональности в процессе работы зависит настроение людей, пришедших в турфирму, а также впечатление о предприятии.

Существуют общие рекомендации по технологии обслуживания туристов:

- четкое соответствие предоставляемых услуг оплаченному набору;
- соответствие рекламируемого уровня обслуживания декларированному при продаже тура;
- четкое и своевременное предоставление услуг;
- оптимальность программы обслуживания.

И, конечно, «Дороги мира» прорабатывают каждый пункт. Создают все условия, чтобы обслуживание клиентов было на высшем уровне, и туристы возвращались сюда не один раз.

Больше чем за 6 лет работы в турфирме сложился достаточно большой список постоянных клиентов, что доказывает профессионализм рабочих кадров.

Также, исходя из анализа отзывов на разных сайтах о работе, обслуживании клиентов, качеству предоставляемых услуг (1-2 плохих отзыва на 100 хороших) можно сделать вывод, что именно этот туроператор сможет обеспечить незабываемый отдых, сэкономить бюджет и время на оформления и бумажную волокиту.

Культура предприятия – это набор ценностей и убеждений, направляющий на определенные действия и поведения людей. Культура предприятия имеет определенную

структуру, которая заключается в предположениях, ценностях, верованиях и символов. На формирование культуры огромное влияние оказывает внешняя и внутренняя среда. Каждое предприятие имеет единственную и неповторимую культуру. Формирование культуры состоит из двух этапов – внешняя адаптация и внутренняя интеграция. Культура предприятия имеет определенную силу, которая характеризуется, прежде всего, ее объемом, уровнем ее восприятия членами организации и ясностью культуры для каждого. Сильная культура создает преимущества для предприятия.

Как и любое предприятие, турфирма имеет свои культурные мероприятия, традиции, праздники.

Самыми важными праздниками являются:

– 27 сентября - День туризма, важный профессиональный праздник, в честь которого руководство организует корпоратив, что очень важно и нужно для слаженной работы коллектива;

– 13 октября - День основания ООО «Дороги мира», в этом году (2022) будет отмечаться 8 лет работы;

– 31 декабря - Новый год, за несколько дней, до начала январских праздников проходит корпоратив;

– 8 марта - Так как коллектив состоит только из женщин, этот праздник очень важен. Что еще может улучшить рабочий день, как несколько тюльпанов и чаепитие в кругу коллег.

Но это еще далеко не все праздники, которые отмечаются внутри коллектива. В выходные дни не редкость застать сотрудников за совместным отдыхом на природе, организации экскурсий по городу и пригородной местности. Помимо этого, сотрудники отмечают дни рождения и дарят подарки для поддержания дружественной атмосферы.

2.3 Информационные технологии предприятия

Информатизация - одна из наиболее ярких черт системы общественных отношений развитых стран. Человечество вступило в такой этап развития цивилизации, в котором информация и знания играют определяющую роль во всех сферах деятельности людей. При этом информация становится в современном обществе важнейшим фактором экономического роста.

Под офисными программами на сегодняшний день понимаются как Excel-таблицы, приспособленные для ввода заявок и проставления отметки об оплате, так и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы турагентства.

Можно выделить следующие уровни или этапы автоматизации:

- офисная оргтехника (телефония, факсы, ксероксы);
- компьютеры со стандартным программным обеспечением типа Microsoft Office;
- специальное программное обеспечение - так называемый BackOffice, связь BackOffice-ных программ с глобальными системами бронирования;
- выход в Интернет;
- программа 1С «Бухгалтерия».

В современном мире интернет занимает лидирующее положение практически во всех направлениях. Это мощный двигатель в распространении информации, и чтобы выжить в тяжелой конкурентной борьбе, нужно не просто научиться им пользоваться, нужно изучить досконально все возможности и выжать по максимуму. Именно этим занимается турфирма, развивая свои социальные сети. «Дороги мира» имеют свой инстаграм, вконтакте и фейсбук, где активно рассказывают о новых приложениях, горячих турах, открытых направлениях и многом другом. Найти аккаунты можно по названию - `dorogi_mira`.

Также активно продвигается официальный сайт турфирмы (Приложение Г).

Преимущества работы турфирмы благодаря информационным технологиям:

- ускорение развития предприятия;
- быстрое продвижение информации в общество;
- удобство в оформлении документов;
- часто благодаря интернету турист уже приходит с готовыми запросами, что облегчает работу менеджера в подборе тура;
- широкие рекламные возможности, через социальные сети, отзывы, различные сайты.

Таким образом электронные сети являются важным каналом передачи информации, к которому прибегают все больше турагентств. Однако туристские предприятия по-прежнему далеко не полностью используют все возможности, которые предлагает электронная сеть.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и т.п. Иными словами, продвижение турпродукта предполагает проведение различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулирование возникновения у них желания его купить.

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях:

- рекламная кампания;
- стимулирование сбыта (продаж);
- персональные продажи;
- связи с общественностью.

1. Реклама в сфере туризма более актуальна, чем в каких-либо других отраслях. Это обстоятельство связано с индивидуальными свойствами туруслуг (неосвязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления).

2. Под стимулированием сбыта (продаж) в туризме понимают краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту.

Стимулирование проводится в трех направлениях:

- стимулирование сотрудников турфирмы;
- стимулирование торговых посредников;
- стимулирование клиентов.

Стимулирование сотрудников фирмы направлено на повышение качества обслуживания, рост профессионального мастерства и совершенствование работы. В этом направлении интересен опыт передовых туристских фирм.

ООО «Дороги мира» широко применяет прогрессивную систему оплаты труда, когда работник, помимо оклада, получает вознаграждение (с каждой проданной путевки, 13 телефонного разговора с позвонившим клиентом, в результате чего последний обращается в фирму за покупкой, и т.д.).

Основными направлениями рекламно-информационной деятельности ООО «Дороги мира» являются:

- реклама, направленная на туристские районы;
- реклама, направленная для работы со смежными отраслями и предприятиями;

– реклама для работы с потребителями (реальными и потенциальными).

Конкурентными преимуществами ООО «Дороги мира» в сфере туристических услуг являются:

- удачное месторасположение;
- высокое качество оказываемых услуг;
- индивидуальный контакт с клиентами;
- ориентация на потребителя, его запросы и пожелания;
- устойчивая клиентура;
- благоприятные условия для продажи услуг;
- квалификация персонала, грамотный менеджмент;

Туроператор «Дороги мира» практикует систему «Кэшбек – 20%», это очень выгодное предложение для туристов, по которому они могут купить тур длительностью от 2 дней, а потом вернуть 20% от стоимости.

Дёмина Наталья и Филимонова Анна продвигают свою турфирму на различные выставки, конкурсы, всегда находятся на связи с клиентами, не только на время путешествия, но и после их возвращения домой, всегда берут обратную связь и лично разрабатывают план дальнейшего развития.

4 Система обеспечения безопасности

Система безопасности туризма является составной частью системы туризма, а также частью общей системы безопасности Российской Федерации. Кроме того, система безопасности туризма в нашей стране замыкается на международную систему безопасности туризма, элементами которой являются системы безопасности туризма различных государств и регионов мира.

В состав системы безопасности туризма входят также отдельные элементы системы экологической безопасности.

Безопасность в деятельности турфирмы обеспечивается полным и достоверным информированием туристов, соблюдением требований технических регламентов, различными видами страхования и другими мерами.

Наиболее распространенные виды страхования в туризме – это страхование медицинских расходов на лечение, страхование багажа, автомобиля, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование отпусков и поездок.

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в турфирме ООО «Дороги мира».

Филимонова Анна Юрьевна строго следит за законностью деятельности турфирмы, лично проверяет соблюдение актов, что позволяет туристам, полностью доверить свои документы, финансы, личную информацию без риска быть обманутым.

Один из основных законов на который опирается турфирма – это Закон РФ «О защите прав потребителей» по которому турист имеет право:

- на просвещение в области защиты своих прав;
- безопасность товара (услуги);
- информацию об изготовителе товара (услуги);
- конфиденциальность;
- другие права.

Например, в пассажирских авиаперевозках Закон РФ "О защите прав потребителей" контролирует права туриста на перевозку, упаковку багажа, чартерные рейсы и прочее.

Федеральные законы РФ, которые обязана соблюдать каждая турфирма:

- Закон о защите прав потребителей с изменениями и дополнениями, вступившими в силу 1 мая 2022 г;
- Закон о техническом регулировании;
- Закон о лицензировании отдельных видов деятельности, федеральный закон о рекламе и др;
- Федеральный закон РФ №132-ФЗ от 24.11.1996 об основах туристской деятельности

в Российской Федерации, с изменениями и дополнениями от 2 июля 2021 г;

- ФЗ О порядке выезда из РФ и въезда в РФ;
- ФЗ О правовом положении иностранцев в РФ;
- Законы и нормативные документы, регулирующие туристическую деятельность;
- Кодексы РФ: ГК, КоАП; Таможенный, Воздушный и Морской Кодексы.

Эти основные законы направлены на безопасность туристов, предпринимателей, занимающихся туристской деятельностью, на продвижение туристской деятельности в виде рекламы и прочее. Это гарант того, что, если что-то идет не так как было заявлено, Вы всегда можете обратиться за помощью к государству и защитить свои права.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации

Изучение методов определения потребности заказчика в турфирме под обслуживанием понимается система трудовых операций, полезных действий, различные усилия, которые осуществляют производители сервисного продукта по отношению к потребителю, удовлетворяя, его запросы и предоставляют ему предусмотренные блага и удобства.

К примеру, у менеджера, работающего в туристской фирме, есть важное преимущество перед другими торговыми агентами. Дело в том, что менеджер выявляет и анализирует потребности заказчиков и подбирает оптимальный туристский продукт.

На сегодняшний день основным видом конкуренции становится не цена и ассортимент предложений, а качество сервиса. Некачественное обслуживание туристов в офисе связано с непочтительным отношением к клиенту.

А также привычка многих менеджеров «на глаз» определять степень платежеспособности клиентов, чтобы решить, стоит ли на него тратить время. Такое отношение к людям не только оскорбительно, но и неэффективно.

Актуальной проблемой обслуживания туристов является неумение продавать туристский продукт. Даже знающий менеджер легко может упустить клиента, если всем своим видом показывает незаинтересованность в работе с ним. К этой проблеме можно отнести отсутствие целого ряда навыков общения, незнание нужной информации и неумение ее преподнести.

Обслуживание туриста в офисе начинается с приема, установления контакта и выявления его потребностей. При этом сотрудник турфирмы всегда должен помнить, что туристы покупают не свойства турпродукта, а пользу, которая с ним связана. Поэтому основой обслуживания туриста будет не сам туристский продукт и его характеристики, а выгода. В свою очередь, чтобы знать, что является выгодным для туриста, необходимо изучение его потребностей. Для этого, в первую очередь, рекомендуется установить психологический контакт с клиентом.

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах

Правильное информирование клиентов о продуктах – залог хороших продаж, а также вероятность, что клиент вернется. Очень важно перед началом путешествия выдать клиенту информационный лист, в котором должны быть указаны сведения, без знания которых туристская поездка будет затруднена или сопровождаться недопустимо высоким уровнем риска для жизни, здоровья и имущества туриста или вообще невозможна.

К указанной информации относятся:

– сведения о маршруте путешествия (пункты пребывания, продолжительность

пребывания, условия размещения и питания в каждом пункте)

- информация о правилах компании-перевозчика
- сведения о правилах пребывания иностранных граждан, временно находящихся в стране посещения, включая информацию о порядке прохождения туристских формальностей
- сведения о санитарно-эпидемиологической обстановке в стране во время совершения поездки
- информация о дополнительных факторах риска, возникающих в связи со спецификой, приобретенной туристом услуги
- сведения о культурных особенностях, традициях и обычаях населения в местах посещения, данные для связи в экстренных случаях с государственными органами, консульскими учреждениями.

По усмотрению продавца с учетом специфики туристской услуги может предоставляться дополнительная информация (о возрастных ограничениях и др.)

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта

Туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам. Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров: приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Осуществление туристских операций предполагает установление и поддержание определенных взаимоотношений между туроператором и турагентом.

Данный процесс в общем виде имеет следующий вид:

- 1) публичная оферта туроператора;
- 2) заключение договора между туроператором и турагентом;
- 3) рассылка туроператором предложений (прайс-листов) и рекламных материалов;
- 4) заявка турагента на бронирование туристского продукта;
- 5) подтверждение заявки туроператором и выставление счета;
- 6) оплата счета турагентом и передача туроператору документов туриста.

Сотрудничество между туроператором и турагентом приносит выгоду обеим сторонам.

Наличие у туроператора широкой и разветвленной агентской сети обеспечивает:

- рост объемов продаж туристских продуктов;

- выход на новые рынки;
- экономию расходов на содержание собственного персонала, аренду помещений, их оборудование и другое.

В свою очередь, турагент получает комиссионное вознаграждение за посредничество в реализации туров конечным потребителям. Размер вознаграждения устанавливается в процентном отношении к цене продаваемого туристского продукта и обычно составляет 7-12%. В ряде случаев он может быть увеличен (например, при сбыте туристских услуг сверх согласованного объема). Комиссионное вознаграждение является основным источником доходов турагентов.

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя

При калькуляции себестоимости туристского продукта учитываются следующие статьи расходов:

- 1) расходы на проживание;
- 2) транспортные расходы;
- 3) расходы на питание;
- 4) страховка;
- 5) визы;
- 6) расходы на экскурсионную программу;
- 7) косвенные расходы туроператора.

Расходы на проживание. Рассчитывается исходя из стоимости номера, в котором размещается турист. Стоимость номера не является постоянной и зависит многих факторов: класса гостиницы, количества заселяемых человек, времени заезда, времени проживания и других факторов.

Транспортные расходы включают в себя:

- 1) стоимость проезда до страны назначения (возможно использование различных транспортных средства: авиасредства, поезд, автобус, теплоход.);
- 2) стоимость перевозки туристов (от места сборов до аэропорта вылета и от аэропорта прилета до места проживания);
- 3) стоимость транспортных расходов на экскурсионное обслуживание.

Расходы на питание рассчитываются в зависимости от вида туризма. При выездном туризме стоимость питания зависит от выбранного режима питания (полный пансион, полупансион, завтрак). Стоимость питания может включаться в стоимость проживания, а также указывать отдельно от стоимости номера, но в большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки.

Страховка. Турфирмы могут включать в стоимость путевки страховые полисы. В этом

случае фирма удерживает со страховой компании комиссию в размере 10-15%. Если страховка оплачивается туристом по желанию и не является обязательной, она оформляется как дополнительная услуга.

Визы. Стоимость виз определяется исходя из количества человек в группе. Зарубежные фирмы оформляют приглашения на определенное количество туристов. Консульство страны выдает визу. Она может быть общей для всей группы или оформлена на отдельных туристов.

Расходы на экскурсионную программу. Включает только расходы на экскурсии, входящие в основную программу тура. Стоимость экскурсий зависит от цены входных билетов в места экскурсий, а также от стоимости работы сопровождающего экскурсовода, гида. Стоимость услуг гида-переводчика может подсчитываться отдельной калькуляционной статьей либо включаться в косвенные расходы фирмы.

Косвенные расходы туроператора. Сюда входят затраты по управлению и содержанию фирмы: содержание офиса, заработная плата персонала, платежи по аренде, выплата процентов банкам.

Норма прибыли для туристических организаций составляет 20%, ее величина корректируется с учетом спроса и уровнем конкуренции на рынке туристических услуг.

ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)

Турпутевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности. Турпутевка является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта и оформляется после его подписания между туроператором или турагентом и заказчиком туристского продукта.

Турпутевка приравнивается к кассовому чеку и предназначена для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Страхование на время поездки за границу – это защита здоровья и имущества туриста в путешествии, то есть страхование выезжающих за рубеж – это:

- неотложная медицинская помощь и возмещение расходов, связанных с болезнью и недомоганием;
- материальная компенсация при страховании от Несчастливого случая;
- компенсация убытков из-за непредвиденной отмены поездки или изменения ее сроков по независящим от вас причинам;
- компенсация в случае повреждения, утраты или задержки багажа;
- возмещение расходов в случае причинения вреда по неосторожности третьим лицам.

При оформлении полиса турист может выбрать любую подходящую ему программу страхования выезжающих за рубеж.

Ваучер выписывается на белой бумаге с печатью и является документом, по которому в стране отдыха туристу будут предоставлены забронированные и оплаченные услуги. Ваучер выписывается на двух языках.

При отсутствии ваучера услуги не предоставляются.

ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю

Визовый режим - условия (правила) получения визы и особый порядок пересечения государственной границы, установленный государством как в одностороннем порядке, так и на основании договоренностей между государствами.

Существуют различные типы визовых режимов: «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны».

Современный туризм и складывающиеся ситуации в различных странах, просто невозможны без наличия визовой поддержки, заметно регулирующей и в тоже время контролирующей перемещение граждан в мире.

Существуют различные типы визовых режимов: общий, дипломатический, частный, транзитный.

При общем визовом режиме, для всех граждан определённой страны применяются одинаковые правила для пересечения границ той или иной страны. Для дипломатического визового режима, определяются особые правила либо исключения в отношении дипломатов, делегаций и лиц сопровождающих их. При частном визовом режиме, устанавливаются определённые правила (в основном запреты) на пересечение границ определённому лицу или лицам по какому-либо признаку или без него поимённо.

Визовый режим может быть как временным, введённым в результате каких-либо субъективных факторов (проведение спортивных чемпионатов, встреча глав многих государств), так и постоянным

Визовые формальности обеспечивают порядок въезда в страну, контролируют сроки пребывания туристов, что конечно же важно в целях безопасности данной страны.

Считается, что визовый режим - эффективный инструмент миграционной политики. Он может применяться и для достижения чисто политических целей. Тем не менее, глобализация с резким увеличением числа заграничных поездок сделала крайне затруднительной проверку всех выезжающих лиц, даже с учетом предварительной процедуры получения виз.

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности

Документ строгой отчетности является обязательным и неотъемлемым документом при реализации туристского продукта. Также этот документ подтверждает факт оплаты туристского продукта. То есть организации, осуществляющие туристическую деятельность, обязаны оформлять бланк строгой отчетности «Туристская путевка».

К бланкам строгой отчетности относятся квитанции, билеты, проездные документы, талоны, путевки, абонементы и другие документы, предназначенные для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Положения о бланках строгой отчетности устанавливает, что бланк строгой отчетности должен содержать следующие обязательные реквизиты:

- а) сведения об утверждении формы бланка;
- б) наименование, шестизначный номер и серия;
- в) код формы бланка по Общероссийскому классификатору управленческой документации;
- г) наименование и код организации или индивидуального предпринимателя, выдавших бланк, по Общероссийскому классификатору предприятий и организаций;
- д) идентификационный номер налогоплательщика;
- е) вид услуг;
- ж) единица измерения оказания услуг;
- з) стоимость услуги в денежном выражении, в том числе размер платы, осуществляемой наличными денежными средствами либо с использованием платежной карты;
- и) дата осуществления расчета;
- к) наименование должности, фамилия, имя и отчество лица, ответственного за совершение операции и правильность ее оформления, место для личной подписи, печати (штампа) организации или индивидуального предпринимателя.

ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут

Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов, сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства. Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти информирует туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране (месте) временного пребывания, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации.

В случае возникновения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении в стране (месте) временного пребывания туристов угрозы безопасности их жизни и здоровья, а равно опасности причинения вреда их имуществу, турист и (или) туроператор (турагент) вправе потребовать в судебном порядке расторжения договора о реализации туристского продукта или его изменения.

При заключении договора о реализации туристского продукта туроператор, турагент обязаны представить туристу и (или) иному заказчику достоверную информацию:

- о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну и (или) выезда из страны временного пребывания;

- об основных документах, необходимых для въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;

- об опасностях, с которыми турист может встретиться при совершении путешествия;

- о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах;

- о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране (месте) временного пребывания, в которые турист может обратиться в случае возникновения в стране (месте) временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств, угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу туриста;

- об адресе (месте пребывания) и номере контактного телефона в стране (месте) временного пребывания руководителя группы несовершеннолетних туристов (экскурсантов) в случае, если туристский продукт включает в себя организованный выезд группы несовершеннолетних туристов (экскурсантов) без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей;

- о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;

- о порядке обращения в объединение туроператоров в сфере выездного туризма для получения экстренной помощи;

- об иных особенностях путешествия.

ООО «Дороги мира» ответственно подходят к вопросу готовности всего процесса путешествия, продумывают все нюансы, так как даже на самых безопасных маршрутах могут случиться непредвиденные ситуации

ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте

Составляющие части инструктажа для туристов зависят от видов маршрута (водный, пешеходный), но имеет одно важнейшее общее свойство – безопасность туристов.

Общие требования безопасности на пешем туристском маршруте.

К прогулкам, туристским походам и экспедициям допускаются прошедшие медицинский осмотр и инструктаж по безопасности.

Опасные факторы:

- изменения установленного маршрута движения, самовольное ост; места расположения группы;
- травмирование ног при неправильном подборе обуви, передвижение без обуви, а также без брюк или чулок, укусы ядовитых животных, пресмыкающихся и насекомых;
- отравление ядовитыми растениями, плодами и грибами;
- заражение желудочно-кишечными болезнями при употреблении во непроверенных открытых водоемов.

Для оказания первой медицинской помощи пострадавшим во время прогулки, туристического похода, экспедиции обязательно иметь аптечку с набором необходимых медикаментов и перевязочных средств.

Требования безопасности перед проведением прогулки, туристского похода, экспедиции

Каждый участник туристского похода обязан соблюдать следующие правила безопасности:

- пройти соответствующую подготовку, инструктаж, медицинский ос и представить справку о состоянии здоровья.
- надеть удобную одежду и обувь, не стесняющую движений и соответствующую сезону и погоде, для предотвращения травм и укусов и надеть брюки или чулки.
- убедиться в наличии аптечки и ее укомплектованности необходимыми медикаментами и перевязочными материалами.

ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте

Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов. сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства. Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти информирует туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране временного пребывания, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации.

В случае возникновения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении в стране временного пребывания туристов угрозы безопасности их жизни и здоровья, а равно опасности причинения вреда их имуществу, турист и (или) туроператор (турагент) вправе потребовать в судебном порядке расторжения договора о реализации туристского продукта или его изменения.

Контроль действий туристов на маршруте необходим для соблюдения их же

безопасности.

При заключении договора о реализации туристского продукта туроператор, турагент обязаны представить туристу и (или) иному заказчику достоверную информацию:

- о правилах въезда в страну временного пребывания и выезда из страны временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну и (или) выезда из страны временного пребывания;
- об основных документах, необходимых для въезда в страну временного пребывания и выезда из страны временного пребывания;
- об опасностях, с которыми турист может встретиться при совершении путешествия;
- о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах в объеме, необходимом для совершения путешествия);
- о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране временного пребывания, в которые турист может обратиться в случае возникновения в стране временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств, угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу туриста;
- об адресе и номере контактного телефона в стране временного пребывания руководителя группы несовершеннолетних туристов в случае, если туристский продукт включает в себя организованный выезд группы несовершеннолетних туристов без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей;
- о национальных и религиозных особенностях страны временного пребывания;
- о порядке обращения в объединение туроператоров в сфере выездного туризма для получения экстренной помощи;
- об иных особенностях путешествия.

Туристы (экскурсанты), предполагающие совершить путешествие в страну временного пребывания, в которой они могут подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний, обязаны проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями.

Туроператоры, турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны пользоваться услугами инструкторов-проводников, если организуемые ими путешествия связаны с прохождением туристами маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (горная и

труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты и другие).

Туроператоры и турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны незамедлительно информировать уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, специализированные службы по обеспечению безопасности туризма и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях, произошедших с туристами во время прохождения маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов, по территории Российской Федерации.

ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте

Существует несколько мер по обеспечению безопасности туристов на маршруте: информирование туристов, страхование, обучение персонала.

Информирование туриста — это предоставление ему максимума знаний об ожидающих его в поездке трудностях, проблемах, стрессах, к которым турист должен быть и материально, и морально готов. Для информирования туристов используется «Информационный листок» – обязательное приложение к туристской путевке.

Страхование – способ защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц. Наиболее распространенные виды страхования в туризме: личное (страхование медицинских расходов на лечение), имущественное (страхование багажа, автомобиля и др.), гражданской ответственности (страхование ответственности перед третьими лицами), страхование отпусков и поездок (на случай вынужденной отмены) и др.

Обучение персонала поведению в непредвиденных обстоятельствах также является необходимым условием обеспечения безопасности. Первоочередной заботой всех работников должна быть защита туристов от возможных факторов риска. На предприятиях открываются специализированные службы безопасности, организуется обучение персонала, проводятся тренинги и инструктажи сотрудников, отрабатывается их взаимодействие в разных условиях.

ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной

Качество услуги – это совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя

Качество туристского обслуживания – это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности желания туристов на отдыхе и в путешествиях.

Способы контроля качества услуг в турфирме «Дороги мира»:

- посещение рекламных туров.
- опрос туристов о качестве предоставленной туристской услуге
- самоконтроль персонала туристской фирмы.

– выявление и регистрация претензий, жалоб и рекламаций со стороны потребителей туристских услуг.

– анализ туристской документации.

ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

Договор (контракт) о предоставлении туристских услуг заключается между субъектами туристской деятельности, а также между ними и потребителями туристского продукта (туристами).

Договор оформляется в электронном виде на компьютере, на пишущей машинке или специальном шаблон-формуляре. Двухязычный договор допускается составлять двумя текстами, или на одной странице двумя колонками, распределяя текст или абзац текста одного языка напротив абзаца текста другого. Это удобно для сравнения корректности перевода.

Договор составляется и подписывается минимум в двух экземплярах (каждому партнеру), которые оформляются с соблюдением всех правил. Если число договоров больше или делаются копии, то это отражается и в договоре.

В договоре на туристское путешествие (туристские услуги) должны быть указаны следующие позиции:

- наименование документа, его регистрационный номер.
- место и дата заключения.
- понятия и определения.
- юридические наименования сторон, аббревиатуры, лицензии, свидетельства о регистрации.
- предмет и объект договора.
- обязательства сторон.
- условия бронирования туристского обслуживания.
- условия обслуживания туристов.
- документы обслуживания.
- общий перечень предоставляемых услуг, входящих в турпакет.

Дополнительные услуги в договоре:

- Аннуляционные условия.
- Порядок взаиморасчетов и платежей. Валюта платежа. Банковские и иные издержки.
- Страховка. Медицинское и иное обеспечение в непредвиденных ситуациях.
- Ущерб. Санкции. Ответственность.
- Претензионный порядок.
- Форс-мажор.
- Особые условия.

- Сроки действия договора.
- Досрочное прекращение договора.
- Юридические адреса, банковские реквизиты сторон.
- Перечень приложений.
- Заключение.
- Подписи и печати сторон.

- Приложения: доверенности, копии регистрационных документов, банковские гарантии, формуляры и бланки ваучеров, используемая терминология и сокращения в оперативной переписке, каталоги, графики, расписания движения транспорта, общие правила продажи туров, программы туров, описания экскурсий.

Подписывают договор первые лица каждой стороны. Подписание договора лицом, не имеющим на то полномочий, влечет за собой потерю юридической силы договора. Допускается заверению подписью партнеров каждой страницы договора.

ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

Для подготовки и проведения, а также отчета о походе необходим достаточно большой пакет документов. Их можно классифицировать следующим образом.

1. Организационные:

- план подготовки;
- приказ;

2. Финансовые:

- смета расходов;
- командировочные удостоверения;
- авансовый отчет;

3. Маршрутные:

- маршрутный лист;
- маршрутная книжка;
- картографический материал;
- описание маршрута;
- пропуска в особо охраняемые природные территории;
- дневник похода.

4. Отчетные:

- отчет о походе;
- справка о зачете похода;
- протокол о зачете пройденного маршрута.

Правильно оформленные маршрутные документы дают возможность

преимущественного размещения самостоятельных туристов в туристских учреждениях – кемпингах, турбазах, тургостиницах. На основании этих документов осуществляется учет работы туристских коллективов, кроме того, маршрутные документы являются основанием для получения спортивных разрядов.

Документом, дающим право на проведение похода выходного дня и некатегорийного похода и путешествия, является маршрутный лист установленного образца. В маршрутный лист записываются сведения об организации, проводящей поход, о районе его проведения, руководителе и членах туристской группы, а также о типе транспортных средств. Приводятся в этом документе и план похода, схема маршрута.

Маршрутный лист заполняется руководителем группы, подписывается председателем совета коллектива физкультуры или председателем правления туристского клуба и заверяется печатью профкома, организации. Один экземпляр маршрутного листа группа берет с собой в поход (путешествие), а другой оставляет в своем туристском коллективе для контроля.

ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

Маркетинговые исследования должны проводиться целенаправленно, соблюдая определенную этапность:

- а) определение целей и задач исследования;
- б) разработка планов исследования;
- в) сбор информации;
- г) анализ и представление результатов.

При планировании сбора информации служба маркетинга принимает решения по четырем позициям: методам (наблюдение, интервью и эксперимент); способам контакта (личный, почтовый, телефонный, Интернет); выборке (единица выборки, размер, процедура); инструментарию (анкеты, механические инструменты).

Распространены пять способов представления полученных результатов: выступление, отчет, доклад, обзор, брошюра. Следует подчеркнуть, что маркетинговые исследования в туристском предприятии должны проводиться на системной основе и носить комплексный характер. Основными направлениями этой деятельности являются исследования внешней среды, туристского продукта, рынка, потребителей и конкурентов.

Оценка эффективности рекламных мероприятий в агентстве проводится путем социального опроса клиентов. Когда потенциальный покупатель приходит в офис, ему ненавязчиво задается вопрос о том, из каких источников он узнал про агентство, иногда клиентам предлагается заполнить анкету (по желанию покупателя), в которой предлагается перечень вопросов, ориентированный на то, чтобы выяснить какая из выбранных видов реклам

наиболее эффективна и на что в рекламе в первую очередь обращает внимание покупатель. Турагентство «Дороги мира» в качестве основных рекламоносителей выбирается Социальные сети, так как они считаются эффективным каналом для рекламы с целью стимулирования продаж.

ПК 3.3 Формировать туристский продукт

Формирование туристского продукта – деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другое.).

Во внутреннем и въездном туризме формирование туристского продукта осуществляется путем разработки программы путешествия по определенному маршруту, включающей комплекс услуг, предоставляемых на основании договоров, заключаемых между туроператором и субъектами туристской индустрии.

В выездном туризме формирование туристского продукта осуществляется на основании договоров, заключаемых туроператором с перевозчиком и принимающей стороной – иностранным туроператором или иным субъектом туристской индустрии иностранного государства.

Формирование туристского продукта осуществляется туроператорами по их усмотрению, исходя из конъюнктуры туристского рынка, или по заказу туриста или иного заказчика туристского продукта и состоит из следующих этапов:

- анализа конъюнктуры рынка;
- проектирования туристских услуг в соответствии с установленными требованиями ГОСТ 28681.1;
- планирования туристского продукта;
- ценообразования туристского продукта.

Формирование туристского продукта осуществляется в соответствии с техническими и технологическими требованиями.

Этап формирования туристского продукта включает в себя «сборку» ряда услуг и товаров в одну «оболочку». Кроме составления такого набора формирование туристского продукта предусматривает его технико-экономическое обоснование, так как низкорентабельный продукт в конечном итоге является несостоятельным.

Таким образом, формирование туристского продукта имеет две границы:

- верхнюю - максимально активный пакет услуг и товаров;
- нижнюю - экономическую эффективность, влияющую на его цену.

Если туристский продукт прошел по всем критериям, то необходимо его экспериментальное внедрение. Оно может быть совмещено с рекламным бесплатным (или

льготным) круизом, автобусным путешествием и т.д. По результатам пробного рекламного путешествия ведется его презентация, а также последующая рекламная кампания. После этого производится калькуляция затрат, определяется норма прибыли, рассчитывается цена и формируется система льгот (скидок).

Далее сформированный турпродукт в виде туристской путевки реализуется через турагентов, бюро по реализации или через бюро путешествий и экскурсий, которые являются посредниками между туристом и организациями, оказывающими услуги (гостиницы, организации питания, экскурсионные службы, музеи, спортивно-оздоровительные комплексы и другое.).

При формировании тура следует учитывать его основные свойства:

- привлекательность;
- надежность;
- безопасность;
- обоснованность, целостность (завершенность);
- адресную направленность;
- информативность;
- гибкость.

Процесс формирования туров предполагает ряд последовательных этапов: разработку замысла тура, поиск и отбор партнеров и поставщиков, формирование основного и дополнительного комплекса услуг, экспериментальную проверку тура.

ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта

Цена на туристский продукт определяется методом нормативной калькуляции себестоимости услуг. Вообще калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуги (товара).

При калькуляции себестоимости любой услуги важно обосновать калькуляционную единицу, принятую в качестве измерителя уровня затрат, так как потребительские свойства (качество) даже одноименной услуги часто бывают разными. Важно исчислить затраты на производство единицы услуги строго определенной потребительской стоимости.

При определении цены на услуги туризма следует исходить из следующих принципов:

- цена должна возместить туристскому предприятию затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ему функционировать на принципах самофинансирования;
- цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;
- цена должна быть гибкой, то есть обладать маневренностью и динамичностью.

При определении конкретной цены тура необходимо учесть следующие факторы.

Внешние факторы:

- состояние покупательского спроса;
- платежеспособность покупателей, их интересы, привычки, вкусы;
- поведение конкурентов;
- экономическая политика государства и другие.

Внутренние факторы:

- увеличение прибыли от реализации туристского продукта;
- заинтересованность туроператора и турагента в увеличении своей доли на рынке;
- стремление избежать банкротства;
- желание поднять престиж туристского предприятия.

Ценообразование в туроперейтинге представлено в двух вариантах: формирование отпускной цены туроператором и определение цены турагентом. Агентская цена чаще всего назначается на условиях агентской комиссии. Вместе с тем турагент (в зависимости от ситуации) может пожертвовать частью агентской комиссии в пользу туриста, т.е. предложить ему туристский продукт со скидкой.

Ценообразование туроператоров возможно двумя путями:

1) туроператор формирует цену самостоятельно, на основе прямых контактов с отелями, авиакомпаниями и иными исполнителями услуг;

2) туроператор действует на основе договоров с принимающими компаниями. В целом можно отметить тот факт, что на процесс определения себестоимости туристского продукта и окончательной его цены идет давление с трех сторон: сверху давление рынка, снизу давление нетто-цен, изнутри давление собственного затратного механизма.

В упрощенном виде процесс формирования отпускной цены туроператора выглядит следующим образом: суммируются неттовые тарифы гостиницы, перевозчика, трансферных и экскурсионных организаций. К полученной стоимости добавляется надбавка, покрывающая все косвенные расходы туроператора: по зарплате, аренде помещений, коммунальным платежам, услугам связи и т.д. В указанную надбавку закладывается и прибыль организации.

6 Индивидуальное задание

Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта

Реализация турпродукта осуществляется на основании заключенного между турфирмой и заказчиком (туристом или иным лицом) договора о реализации турпродукта. На сегодняшний день в законодательной практике РФ выделяют две трактовки данного понятия:

Договор с туристом – это документ, подтверждающий сделку туриста с туроператором/турагентом, определяющий их взаимные права и обязанности по поводу приобретения туристских услуг (ГОСТ Р 50690 – 2000 Туристские услуги. Общие требования).

Договор о реализации турпродукта – это договор, соответствующий законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству о защите прав потребителей, заключенный в письменной форме, в том числе в форме электронного документа, между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, или же между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком (Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»).

На сегодняшний день структура договора о реализации турпродукта рекомендована приказом Минкультуры России от 31.10.2016 № 2386 «Об утверждении типовых форм договора о реализации туристского продукта, заключаемого между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, и договора о реализации туристского продукта, заключаемого между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком». Это означает, что для турфирм данные типовые формы являются обязательными (как для туроператоров, так и для турагентов) в части соблюдения существенных условий договора. Однако дополнять их в части конкретизации каких-либо специфических свойств турпродукта разрешается – как путем внесения изменений в текст договора, так и путем создания отдельных приложений к договору с туристом.

Следует отметить, что до заключения договора о реализации туристского продукта турфирма и потребитель турпродукта могут в письменной форме заключить предварительный договор о реализации туристского продукта, в котором отображаются условия, которые позволяют установить предмет договора о реализации турпродукта, а также иные его принципиальные условия и срок, в который турфирма и турист обязуются его заключить.

Договор о реализации турпродукта с юридической точки зрения считается заключенным, в том случае, когда между турфирмой и туристом или иным заказчиком турпродукта в письменной форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Базовыми положениями договора о реализации турпродукта являются:

- 1) место и дата заключения договора;

2) сведения об исполнителе договора (турфирме): полное и сокращенное наименования, адрес (место нахождения), почтовый адрес и реестровый номер туроператора;

3) размер финансового обеспечения ответственности туроператора, номер, дата и срок действия договора или договоров страхования ответственности туроператора и (или) банковской гарантии или банковских гарантий, наименование, адрес, место нахождения организации, предоставившей финансовое обеспечение ответственности туроператора в случае, если фонд персональной ответственности туроператора не достиг максимального размера;

4) сведения о туристе, или ином заказчике и его полномочиях (если турист не является заказчиком) в объеме, необходимом для реализации турпродукта.

Типовая структура договора о реализации турпродукта включает в себя следующие разделы:

1 Предмет договора. В данном разделе указывается, что турфирма обязуется оказать туристу и (или) иному заказчику турпродукта комплекс туристских услуг, входящих в состав турпродукта в соответствии с полным перечнем и соответствующими потребительскими свойствами, которые отображены в заявке на бронирование, а турист и (или) иной заказчик со своей стороны обязуется оплатить турпродукт.

2 Общая цена турпродукта и порядок оплаты. В данном разделе указываются: общая цена, сроки, порядок и способы оплаты общей цены турпродукта. В частности, турфирма может устанавливать стоимость тура в прайсах (в сфере выездного туризма) в иностранной валюте, но в договорах всегда уточняется, что стоимость турпродукта устанавливается в рублях и может перечисляться туристом или иным заказчиком на расчетный счет турфирмы или же вноситься наличными. В этом разделе может прописываться порядок определения стоимости тура с учетом конвертации валюты. При этом в договор, как правило, прописывается, какая часть стоимости тура (обычно не менее 30%) уплачивается в момент заключения договора, а какая часть стоимости тура вносится позднее, но не позднее определенной даты, указанной в договоре (обычно не позднее 14 дней до начала туристской поездки по договору).

3 Взаимодействие сторон (или права и обязанности сторон). В данном разделе договора прописываются:

- 1) права и обязанности турфирмы
- 2) права и обязанности туриста и (или) иного заказчика турпродукта.

4 Ответственность сторон. Стороны договора о реализации турпродукта несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств в соответствии с законодательством РФ и освобождаются от нее, если это неисполнение

является следствием наступления обстоятельств непреодолимой силы, т.е. возникших в результате чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств, которые стороны не могли ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами (наличие данных обстоятельств должно быть подтверждено компетентными органами и при этом, данные обстоятельства должны возникнуть после заключения договора). При наступлении указанных обстоятельств срок исполнения обязательств сторонами по договору может быть изменен соразмерно времени, в течение которого будут действовать такие обстоятельства. Если данные обстоятельства будут продолжаться более 14 календарных дней, каждая из сторон вправе отказаться от исполнения обязательств по договору, и в этом случае, ни одна из сторон не будет иметь права на возмещение другой стороной возможных убытков по основаниям непреодолимой силы.

5 Срок действия договора и условия изменения и расторжения договора. В данном разделе, как правило, прописывается, что договор может быть изменен или расторгнут в связи с существенными изменениями обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении этого договора, в том числе по соглашению сторон, оформленному в письменной форме. К существенным изменениям обстоятельств относятся:

1) ухудшение условий туристской поездки, указанных в договоре о реализации турпродукта;

2) изменение сроков совершения туристской поездки;

3) непредвиденный рост транспортных тарифов;

4) невозможность совершения потребителем туристской поездки по независящим от него обстоятельствам (болезнь потребителя, отказ в выдаче визы и другие обстоятельства). При расторжении договора в связи с существенными изменениями обстоятельств возмещение убытков осуществляется в соответствии с фактическими затратами сторон.

Турист вправе отказаться от исполнения договора возмездного оказания услуг при условии оплаты турфирме (туроператору и (или) турагенту) фактически понесенных им расходов. Так, обычно в случае отказа от тура:

– более чем 30 дней до начала тура – штрафных санкций нет;

– за 16 – 30 дней до начала тура – штраф составляет 20 – 30% от стоимости услуг;

– за 6 – 15 дней до начала тура – штраф составляет 50 – 60% от стоимости услуг;

– за пять дней и менее до начала тура – штраф составляет 90 – 100% от стоимости услуг.

Однако при расторжении договора до начала туристской поездки по причине возникновения в стране (месте) временного пребывания туриста угрозы безопасности его жизни и здоровья или опасности причинения вреда его имуществу, туристу возвращается денежная сумма в объеме, равном общей цене турпродукта. Если же указанные обстоятельства

возникли (проявились) после начала туристской поездки, туристу возвращается часть общей цены турпродукта пропорциональная стоимости не оказанных ему туристских услуг, входящих в турпродукт.

Турфирма вправе отказаться от исполнения обязательств по договору возмездного оказания услуг лишь при условии полного возмещения туристу убытков.

6 Порядок и сроки предъявления претензии. Порядок разрешения споров.

В разделе указывается, что претензии к качеству турпродукта предъявляются туроператору в письменной форме в течение 20 дней с даты окончания действия договора о реализации турпродукта и подлежат рассмотрению в течение десяти дней с даты получения претензий. Если урегулирование разногласий мирным досудебным путем с помощью переговоров невозможно, то рассмотрение спорных вопросов подлежит в судебной инстанции в соответствии с законодательством РФ.

7 Заключительные положения.

Раздел информирует о том, в скольких экземплярах составлен договор (обычно в двух экз.), и что все они обладают равной юридической силой, а все приложения и дополнения к нему являются его неотъемлемой частью. К договору о реализации турпродукта предусмотрено обычно три основных приложения:

1) заявка на бронирование, которая включает в себя информацию преимущественно в табличных формах:

– сведения о туристе, с указанием ФИО, половой принадлежности, даты рождения, паспортных данных;

– программа пребывания, маршрут и условия путешествия, где указывается территориальная направленность тура (страна/город/курорт, начало и окончание маршрута, и общее количество дней/ночей продолжительности;

– средство размещения. Здесь указывают название и местоположение средства размещения, его категоричность, даты заезда/выезда туриста;

– условия проживания. Здесь указывают категорию номера (вид и вместимость) и тип питания;

– информация об услугах перевозки. Раздел включает сведения о маршруте, классе обслуживания, номере рейса, а также дате и времени отправления/прибытия;

– услуги по перевозке туриста в стране (месте) временного пребывания. В разделе отмечают ФИО туристов, маршрут перевозки с указанием типа трансфера и вида транспортного средства;

– экскурсионная программа (в том числе сведения о наличии экскурсовода (гида) и (или) гида-переводчика, и (или) инструктора-проводника);

- иные дополнительные услуги;
- общая цена турпродукта в рублях. Цена указывается цифрами и прописью;
- сведения о договоре добровольного страхования в пользу туристов.

2) информация о туроператоре. Приложение включает в себя следующие разделы:

- сведения о туроператоре, с указанием, в том числе, режима его работы;
- сведения об организации, предоставившей туроператору финансовое обеспечение ответственности туроператора, с указанием вида финансового обеспечения, его размера, даты и срока его действия, название организации, его предоставившей, с указанием ее адреса и контактных данных, включая данные в интернет-пространстве;
- сведения об объединении туроператоров, в сфере выездного туризма, членом которого является туроператор.

3) опись документов, принятых от заказчика.

8 Реквизиты и подписи сторон.

Если договор о реализации турпродукта заключается между туристом и (или) иным заказчиком и турагентом, то помимо сведений, указанных выше (в случае с взаимодействием туриста с туроператором), он должен включать в себя также следующие существенные положения:

1) полное и сокращенное наименования, адрес, место нахождения турагента;

2) информацию о том, что исполнителем, оказывающим туристу услуги, включенные в состав турпродукта, по договору о его реализации, является туроператор. Договор также должен информировать туриста о способах связи с туроператором (номера телефонов, факсов, адрес сайта в Интернете, адреса электронной почты);

3) информацию о том, что турагент является исполнителем и несет предусмотренную законодательством РФ ответственность по договору о реализации туристского продукта в отношении обязанностей турагента;

4) обязательство турагента о передаче денежных средств, полученных от туриста и (или) иного заказчика, туроператору, если иной порядок оплаты турпродукта не предусмотрен договором между турагентом и туроператором;

5) обязательство турагента по уведомлению туроператора, сформировавшего турпродукт, о заключении договора о реализации турпродукта;

6) обязательство турагента по согласованию с туроператором, сформировавшим турпродукт, условий путешествия (в том числе потребительских свойств турпродукта) на основании запроса туриста и (или) иного заказчика, адресованного турагенту;

7) сведения о порядке и сроках предъявления туристом и (или) иным заказчиком претензий к турагенту в случае нарушения турагентом обязательств по договору о реализации турпродукта.

При реализации турагентом турпродукта турагент обязан предоставить туристу копию доверенности, которую выдал ему туроператор, на заключение от своего имени договоров о реализации сформированного им турпродукта.

Как уже отмечалось, после заключения договора о реализации туристского продукта турист оплачивает турфирме частичную стоимость цены турпродукта (предоплата) или же в некоторых случаях вносит 100% оплату за тур. Этот факт обуславливает выдачу клиенту турфирмы документа, подтверждающего процесс оплаты, в качестве которого могут выступать два документа:

1 Кассовый чек, если турфирма имеет контрольно-кассовой машины (ККМ).

Менеджер по продажам в случае принятия денег за тур от клиента или кассир турфирмы (в случае если оплата производится через кассу) обязан выдать клиенту кассовый чек при наличной оплате тура или оплате его банковской картой. При этом с 2016 г. у потребителей имеется право получить кассовый чек в электронной форме, в этом случае турфирма направляет документ об оплате покупателю турпродукта (туристу) на телефонный абонентский номер или адрес электронной почты, предоставленные им сотруднику турфирмы.

Клиенту турфирмы новая технология дает дополнительную защиту своих прав как потребителя за счет возможности самостоятельно быстро и удобно проверить легальность кассового чека через бесплатное мобильное приложение и в случае возникновения вопросов тут же направить жалобу в ФНС России.

2 Бланк строгой отчетности (БСО), если турфирма не использует ККМ. Это имеет место быть, если турфирма работает на упрощенной системе налогообложения (УСН) и оказывает услуги населению.

Бланк строгой отчетности (БСО) – это официальная бумага, которую можно оформлять (выписывать) клиенту вместо кассового чека при получении платы за услуги.

В качестве БСО в турфирме могут использоваться следующие их типы:

– традиционные БСО – это бланки, распечатываемые в типографии либо формируемые в автоматизированных системах, не являющихся ККТ, бланки. Они составляются в соответствии с постановлением Правительства РФ от 06.05.2008 № 359. Бланки такого типа турфирмам можно применять до 01.07.2018 (подп. 7, 8 ст. 7 Федерального закона Российской Федерации от 03.07.2016 № 290 «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или)

расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»;

– инновационные – это бланки, формируемые с помощью автоматизированных систем (АС), являющихся ККТ. Они составляются в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «О применении ККТ» от 03.07.2016 № 54-ФЗ. Бланки такого типа турфирмам разрешено применять с 15.07.2016.

Турфирма может самостоятельно выбирать, какие именно БСО использовать, пока оба типа бланков в соответствии с законодательством РФ имеют право на существование.

Если турфирма следует нормам постановления № 359, ей рекомендуется использовать в качестве бланка строгой отчетности туристской путевки форму, утвержденную приказом Минфина России от 09.07.2007 № 60н, несмотря на то, что данный правовой акт вышел раньше, чем основной источник права, регулирующий применение традиционных БСО при расчетах без применения ККТ (постановление Правительства от 06.05.2008 № 359). В ранней версии Закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристская путевка была неотъемлемым и обязательным приложением к договору о реализации туристского продукта.

Туристская путевка – это документ, являющийся бланком строгой отчетности и содержащий условия путешествия, в том числе общую цену туристского продукта, и подтверждающий факт оплаты турпродукта.

Тот факт, что форма туристской путевки по приказу № 60н утверждена федеральной структурой, дает право фирме-поставщику оформлять ее без копии и отрывных частей (подп. «а» п. 8 Положения о расчетах без применения ККТ, утвержденного постановлением Правительства РФ от 06.05.2008 № 359). В данном случае БСО оформляется только для потребителя услуг (однако сведения о бланке должны отражаться в книге учета). Это в определенной степени упрощает ведение учета БСО.

При этом если турфирма оформляет БСО, туристская путевка в традиционном виде, должны быть соблюдены все элементы структуры документа по приказу № 60н. В рассматриваемой форме фиксируются:

1) сведения о турфирме: полное и сокращенное наименования компании, ИНН, ОКПО, адрес, телефон фирмы, реестровый номер для туроператора;

2) сведения о документе: наименование документа «Туристская путевка», шестизначный номер и серия, отметка о том, что форма составляется в соответствии с приказом № 60н. Если БСО печатаются в типографии, на бланке туристской путевки должны присутствовать также данные типографии (название и ИНН), а также сведения о заказе на распечатку бланков

(номер, год выполнения, величина тиража). Однако возможно и заполнение формы туристской путевки с помощью средств автоматизации;

3) сведения об оказываемых услугах: коды по классификатору ОКПД 2, принятому и введенному в действие приказом Росстандарта от 12.05.2016 № 310-ст (ранее коды услуг по ОКУН, который с 01.01.2017 утратил силу) по перечню, приведенному в форме: вид оказываемых услуг (туристского продукта), единица измерения услуг (количество дней путешествия), стоимость услуг (цифрами и прописью);

4) сведения о клиенте турфирмы: ФИО клиента, паспортные данные (или сведения с иного доступного документа, удостоверяющего личность). Если заказчиком турпродукта выступает юридическое лицо: ИНН, наименование, адрес (место нахождения), код по ОКПО;

5) сведения об оплате услуг: сумма, выплаченная наличными (цифрами и прописью), сумма, выплаченная с карты (цифрами и прописью), дата проведения расчетов;

6) сведения о представителе турфирмы, получившем плату за услуги: ФИО, должность;

7) подпись представителя турфирмы, получившего плату за услуги;

8) печать турфирмы.

Так как традиционная форма бланка строгой отчетности туристской путевки — это довольно сложный документ, турфирмам нужно уделять особое внимание заполнению каждого из его пунктов. Неполное отражение сведений в бланке туристской путевки приравнивается к невыдаче соответствующего бланка и может сопровождаться санкциями ФНС при проверке деятельности турфирмы.

Учет БСО ведется в книге учета бланков документов, листы которой должны быть пронумерованы, прошнурованы и подписаны руководителем и главным бухгалтером (бухгалтером) гостиницы, а также скреплены печатью. Бланк документа должен заполняться четко и разборчиво, исправления не допускаются. Испорченный или неправильно заполненный бланк документа перечеркивается и прилагается к книге учета бланков документов за тот день, в котором они заполнялись. Бланки документов хранятся в металлических шкафах, сейфах и (или) специально оборудованных помещениях в условиях, исключающих их порчу и хищение.

Если клиент турфирмы (турист) расплачивается наличными деньгами, то менеджер по продажам или кассир компании обязан:

- разборчиво заполнить бланк строгой отчетности, кроме места для подписи;
- назвать сумму клиенту и получить от него денежные средства;
- взять деньги клиента и положить их так, чтобы клиент мог их видеть;
- подписать бланк;
- получение банковской карты клиента;

- заполнение бланка разборчиво, без ошибок и без подписи;
- списание денежных средств с карты при помощи считывающего терминала;
- подтверждение факта оплаты;
- подпись бланка;
- возврат карты и документа клиенту.

Если осуществляется смешанный расчет, то сдача, если она есть, возвращается вместе с картой и бланком клиенту одновременно.

При применении турфирмой БСО с использованием автоматизированных систем должны обеспечиваться следующие требования:

- автоматизированная система должна иметь защиту от несанкционированного доступа, идентифицировать, фиксировать и сохранять все операции с бланком документа в течение не менее пяти лет;

- при заполнении бланка документа и выпуске документа автоматизированной системой сохраняются уникальный номер и серия его бланка.

Турфирма по требованию налоговых органов обязана представлять информацию из автоматизированных систем о выпущенных документах.

С 2018 года кассовый чек и БСО выдаваемый турфирмой потребителю ее услуг должен содержать следующие обязательные реквизиты:

- наименование документа;
- порядковый номер за смену;
- дата, время и место (адрес) осуществления расчета (адрес здания гостиницы с почтовым индексом);
- наименование организации-пользователя или ФИО (при наличии) индивидуального предпринимателя ИНН пользователя;
- применяемая при расчете система налогообложения;
- признак расчета (получение средств от гостя – приход, возврат гостю средств, полученных от него – возврат прихода, выдача средств гостю – расход, получение средств от гостя, выданных ему – возврат расхода);
- наименование услуг, платежа, выплаты, их количество, цена за единицу с учетом скидок и наценок, стоимость с учетом скидок и наценок, с указанием ставки НДС (если нет освобождения от уплаты НДС);
- сумма расчета с отдельным указанием сумм НДС (если нет освобождения от уплаты НДС);

– форма расчета (наличные денежные средства и (или) электронные средства платежа), а также сумма оплаты наличными денежными средствами и (или) электронными средствами платежа;

– должность и фамилия лица, осуществившего расчет с гостем отеля, оформившего кассовый чек или БСО и выдавшего его;

– регистрационный номер контрольно-кассовой техники;

– заводской номер экземпляра модели фискального накопителя;

– фискальный признак документа;

– адрес сайта уполномоченного органа в сети «Интернет», на котором может быть осуществлена проверка факта записи этого расчета и подлинности фискального признака;

– абонентский номер либо адрес электронной почты гостя отеля в случае передачи ему кассового чека или БСО в электронной форме, на котором такой документ может быть получен;

– адрес электронной почты отправителя кассового чека или БСО в электронной форме в случае передачи гостю отеля кассового чека или БСО в электронной форме;

– порядковый номер фискального документа;

– номер смены;

– фискальный признак сообщения (для кассового чека или БСО, хранимых в фискальном накопителе или передаваемых оператору фискальных данных).

Все реквизиты, содержащиеся на кассовом чеке или БСО, должны быть четкими и легко читаемыми в течение не менее 6 месяцев со дня их выдачи на бумажном носителе.

Заключение

В условиях неблагоприятной эпидемиологической обстановки развитие туристического бизнеса оказалось под серьезной угрозой. В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности, в частности, и именно поэтому перед российскими профессионалами в сфере туризма стоит много проблем: возрождение внутреннего и социального туризма, реставрация действующих и открытие новых памятников культуры, истории и природы, укрепление и очень важно восстанавливать развитие туризма.

На данный момент начинает расти спрос на внутренний туризм

По данным Ассоциации туроператоров России и туристических администраций регионов:

1,3 млн рублей – потери туристической отрасли России из-за пандемии.

50 тысяч турагентов и других сотрудников этой сферы потеряли работу в 2020 году.

Это крайне большие цифры для развития туризма в стране, те турфирмы, которые не смогли перейти на внутренний туризм в основном, закрылись. Очень не просто пришлось турфирмам Дальнего востока, которые ориентировались на азиатский сегмент, им тяжелее перейти на внутренний туризм, так как популярные направления находятся больше в западной стороне нашей страны и для туристов выгоднее.

Прохождение практики в турфирме «Дороги мира» показало, как важно не опускать руки в тяжелых ситуациях и продолжать работу дальше. На себе получилось прочувствовать работу как турагента, так и экскурсовода, что очень важно в формировании профессиональных качествах.

Во время практики мы выполняли различные поручения, а также принимали участие в проведении экскурсии для школьников и студентов. Этот опыт помог углубиться в профессию и понять ход работы настоящего профессионала, включая непредвиденные ситуации. Так же мы наблюдали за работой специалистов своего дела, что дало нам еще более четкое представление нашей будущей профессии.

У предприятия есть еще огромный плюс – это отношение в коллективе, комфортное и простое общение, трудолюбие и взаимовыручка, не каждое агентство может этим похвастаться.

В настоящие дни «Дороги мира» проводят свою работу в основном удаленно, но это не мешает клиентам обращаться за покупкой тура, ведь за почти 7 лет своего существования турфирма обеспечила себя постоянной базой клиентов, которая постоянно растет, что говорит

о качестве предоставляемых услуг, а также профессионализме сотрудников.

Еще важным моментом является то, что турфирма развивается во всех возможных направлениях, которые открыты на данный момент и учредитель турфирмы Анна Юрьевна проверяет каждое направление на себе, перед тем как рекомендовать его туристам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Саак, А.Э. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: Учебное пособие / А.Э. Саак, Ю.А. Пшеничных. - СПб.: Питер, 2018. - 247 с. (дата обращения: 25.11.2022)
- 2 Матюхина, Ю. А. Индустрия туризма: учебное пособие / Ю. А. Матюхина. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 310 с. (дата обращения: 25.11.2022)
- 3 Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 120 с. (дата обращения: 28.11.2022)
- 4 Котанс, А. Я. Технология социально-культурного сервиса и туризма: учебное пособие / А. Я. Котанс. – 3-е изд., стер. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 384 с. (дата обращения: 28.11.2022)
- 5 Туристские услуги. Общие требования: ГОСТ Р 50690 – 2010. – Москва: Изд-во стандартов, 2011. – 11с. (дата обращения: 01.12.2022)
- 6 Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. // Материалы региональной научно – практической конференции. – Владивосток: ДВГАЭУ, 2020. – 356 с. дата обращения: 01.12.2022)
- 7 Арзамасцев И.С. Природопользование в прибрежных зонах: основные понятия, зонирование и проблемы управления / И.С. Арзамасцев // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2019. – № 4. – С. 76-89 дата обращения: 05.12.2022)
- 8 Масилова М.Г. Сервисная деятельность: учебное пособие / М.Г. Масилова. - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. - 112 с. дата обращения: 05.12.2022)
- 9 Гражданский Кодекс Российской Федерации: часть первая от 30.11.1994 г.; часть вторая от 26.06.1996 г.; часть третья от 26.11.2018 г.: офиц. текст: по состоянию на 26.02.2018 г. / М-во юстиции Рос. Федерации. – Москва.: Экзамен, 2019. - с.1159 дата обращения: 06.12.2022)
- 10 Фридман, А. М. Финансы организации (предприятия): учебник для студентов вузов / А. М. Фридман. – 2-е изд. – Москва.: Дашков, 2021. – 85 с. дата обращения: 06.12.2022)

Приложение А

Логотип ООО «Дороги мира»



Рисунок А.1 – Логотип турфирмы ООО «Дороги мира»

Приложение Б

Местоположение турфирмы

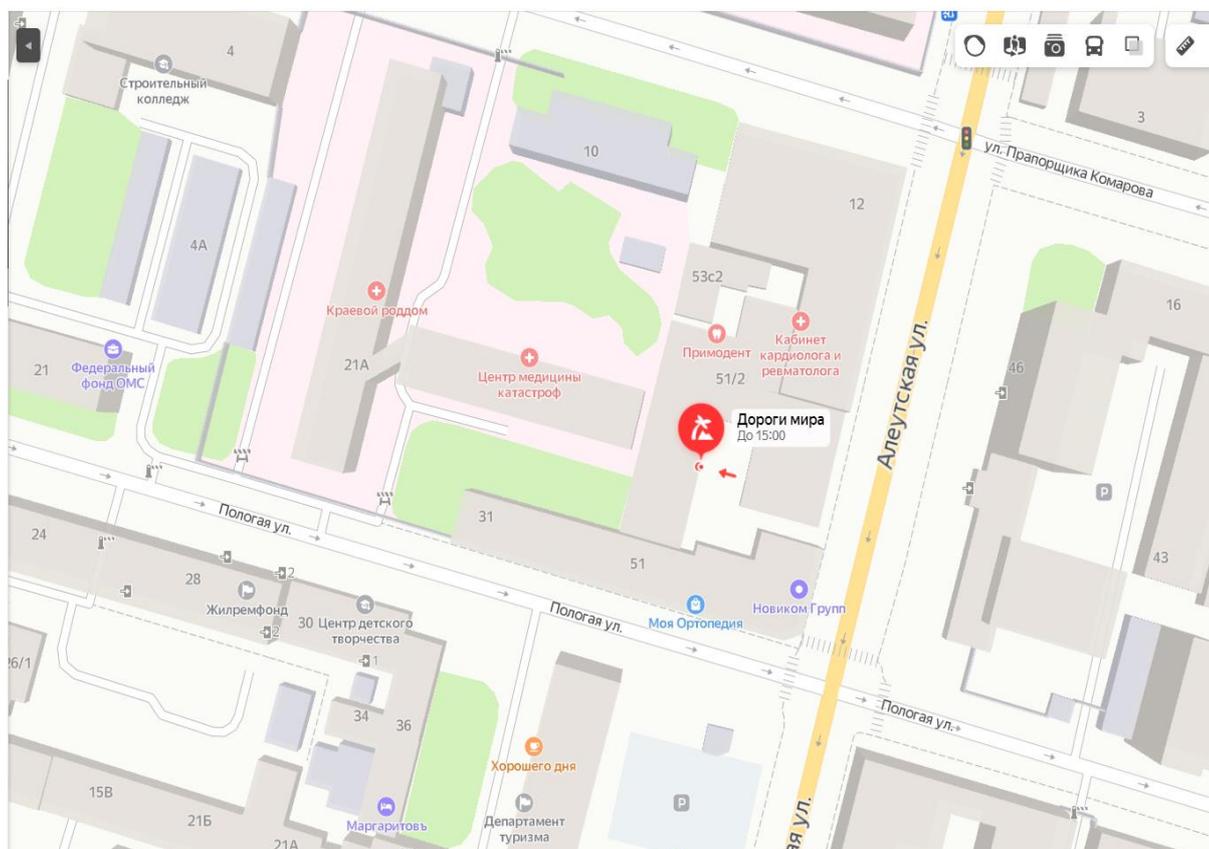


Рисунок Б.1 – Местоположение ООО «Дороги мира»

Приложение В
Дизайн фасада турфирмы

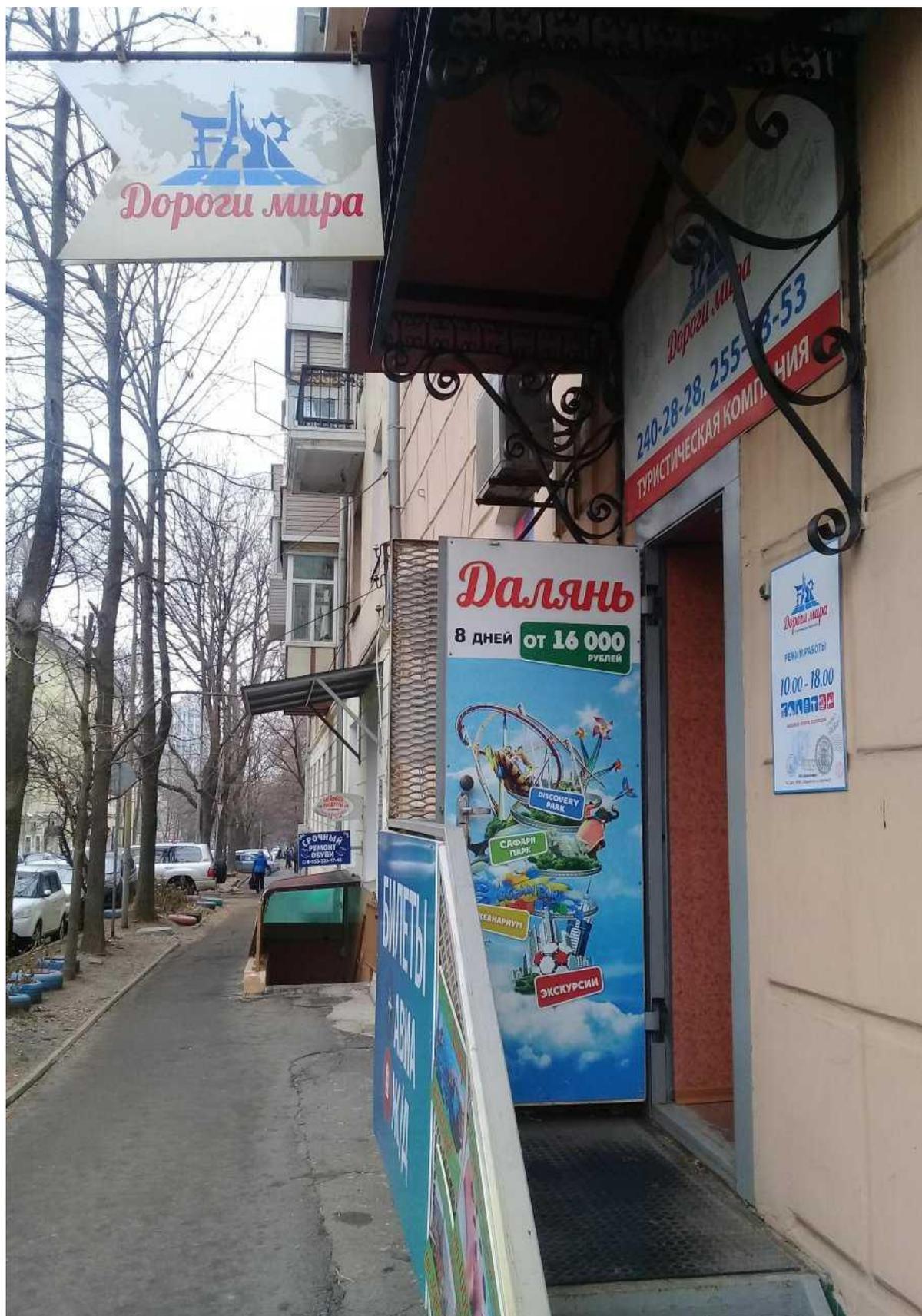


Рисунок В.1 – Фасад офиса ООО «Дороги мира»

Приложение Г

Социальные сети

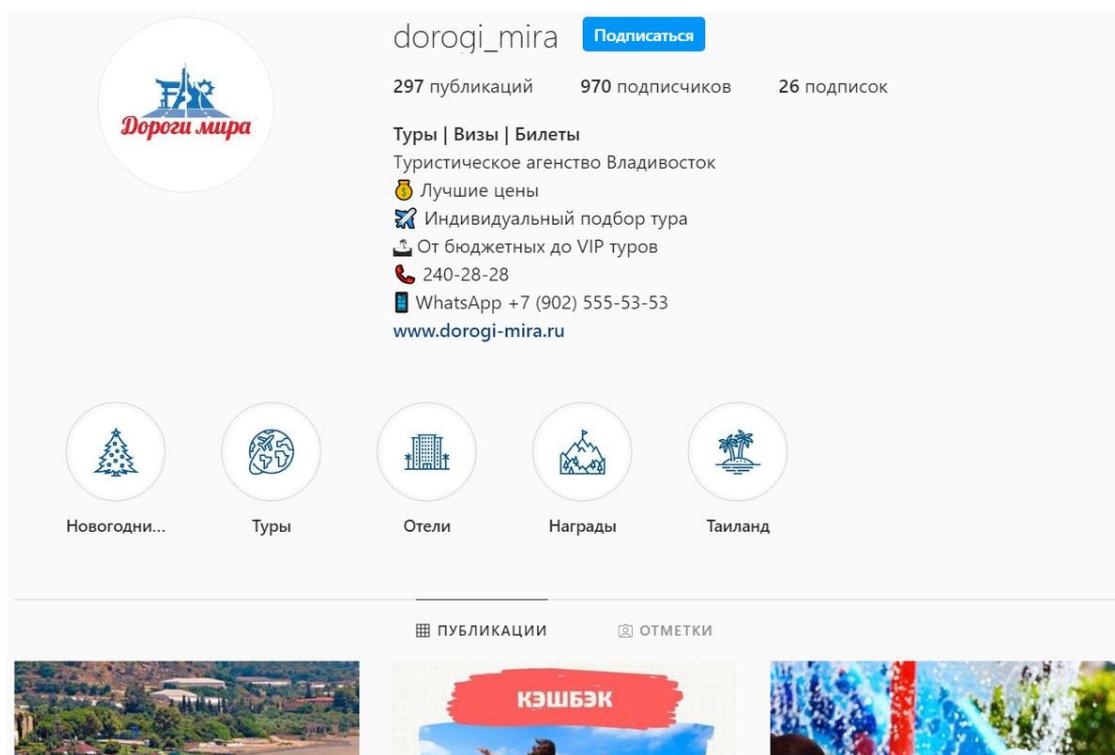


Рисунок Г.1 – Инстаграм ООО «Дороги мира»

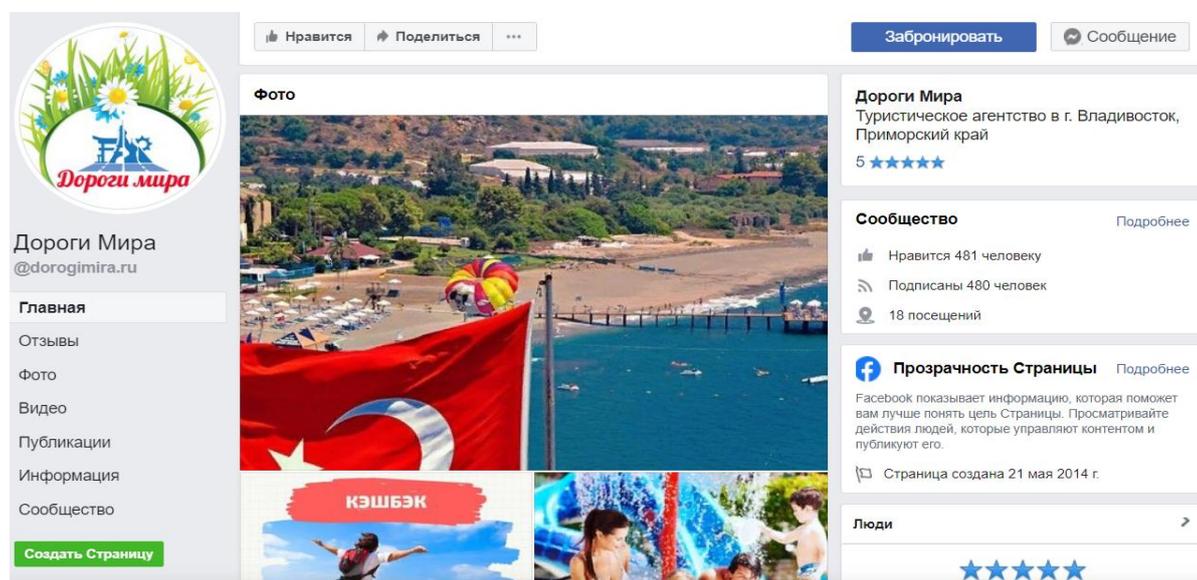


Рисунок Г.2 – Фейсбук ООО «Дороги мира»

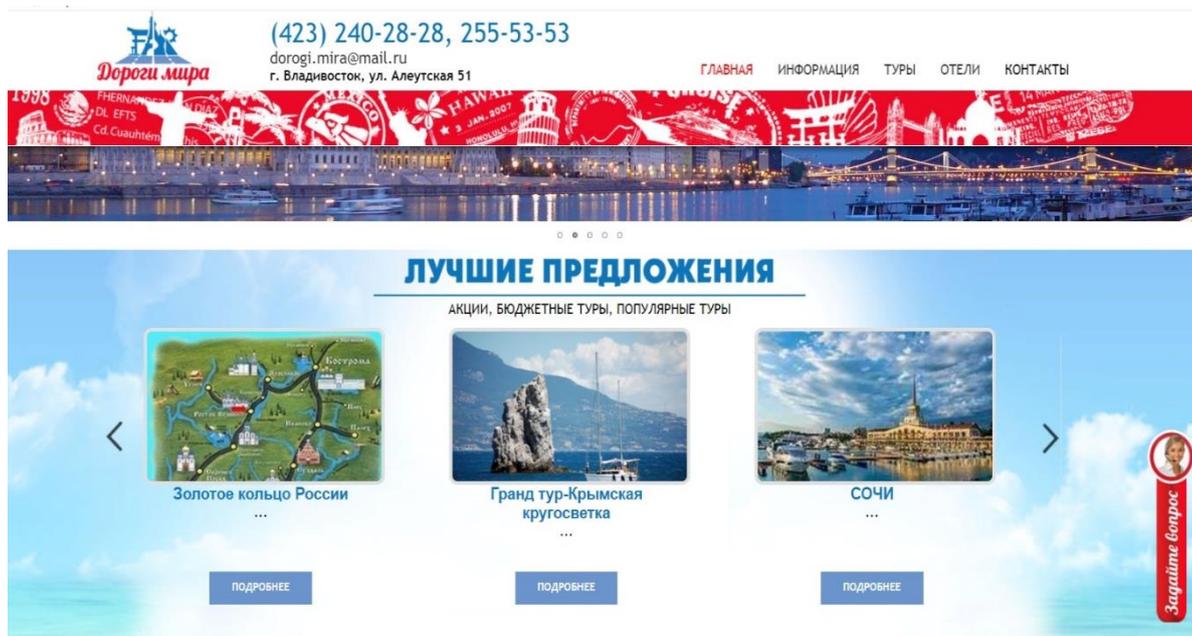


Рисунок Г.3 – Официальный сайт ООО «Дороги мира»

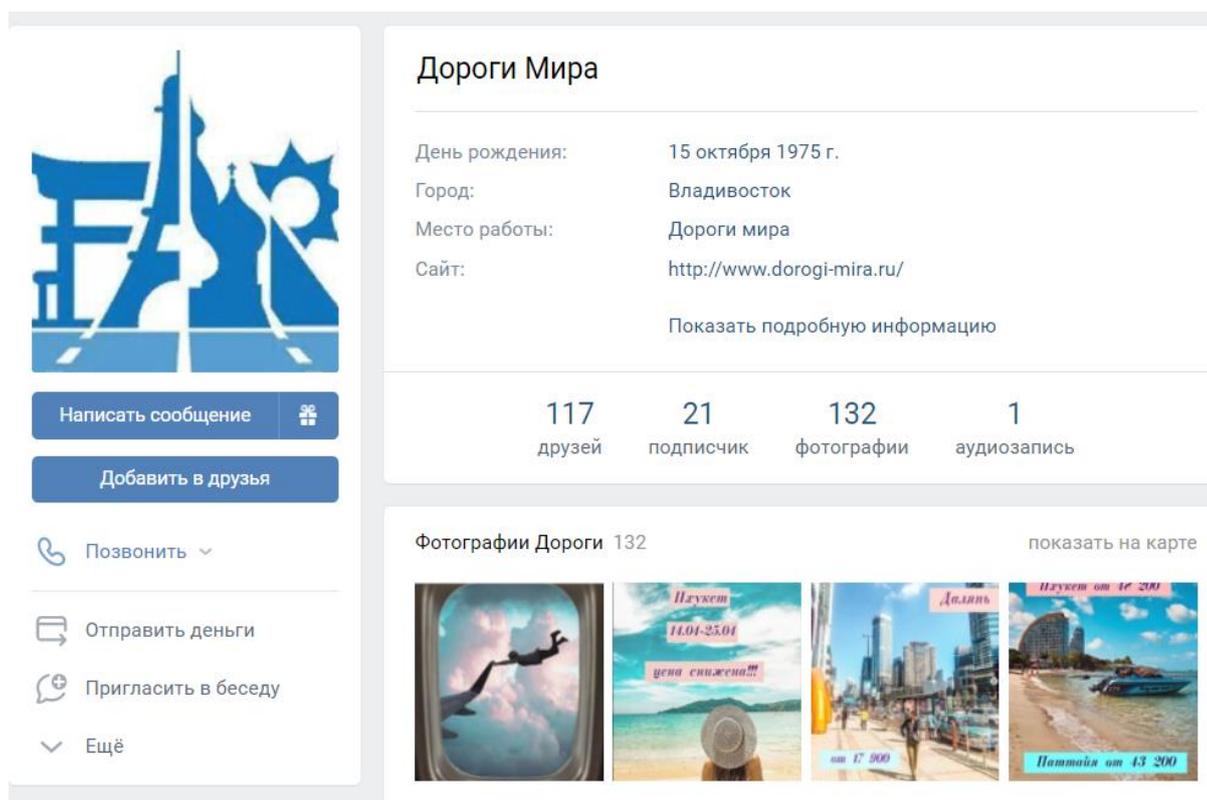


Рисунок Г.4 – Вконтакте ООО «Дороги мира»