

Содержание

Введение

1. Теоретические аспекты изучения бизнес-планирования турфирм

1.1 Создание туристической фирмы

1.2 Бизнес-планирование: основные составляющие

2. Разработка бизнес-плана турфирмы «Ural Travel» с целью повышения ее конкурентоспособности

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Ural Travel»

2.2 Характеристика новой услуги

2.3 Маркетинг и план сбыта туристических услуг

2.4 Организационный план

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Введение

Туризм на сегодняшний день представляет собой одну из крупнейших и динамично развивающихся сфер экономики, туризм является важной частью внешнеэкономической деятельности многих государств мира. При организации поездок большинство людей прибегает к услугам туристских фирм, которые являются важным звеном в организации туристических поездок.

Как и в любом другом направлении предпринимательской деятельности, развитию туристского бизнеса будет способствовать грамотно составленный бизнес-план. Данная необходимость озвучивается многими специалистами отрасли. Бизнес-план турфирмы позволит открыть турагентство и реализовать основные направления деятельности.

Актуальность исследования в данной работе заключается в том, что грамотно составленный бизнес-план позволит вновь создаваемой туристской фирме получить конкурентные преимущества на рынке, ввиду того что бизнес-план отражает основные итерации по достижению поставленной цели. Следование указанным в бизнес-плане направлениям и инструкциям позволит любой организации достичь успеха в предпринимательской деятельности и как следствие повысить свою конкурентоспособность.

Целью курсовой работы является разработка бизнес-плана туристской фирмы с целью повышения ее конкурентоспособности.

Задачами курсовой работы являются:

- рассмотреть теоретические аспекты бизнес планирования и создания турфирмы;
- разработать бизнес-план для туристской фирмы г. Курган – «Ural Travel».

Предмет исследования – разработка бизнес-плана туристской организации. Объект исследования турфирма «Ural Travel».

1. Теоретические аспекты изучения бизнес-планирования турфирм

1.1 Создание туристической фирмы

Туристский бизнес представляет собой один из самых быстро развивающихся и растущих видов бизнеса. Ежегодно растет количество людей, которые желают побывать за границей, и соответственно увеличивается количество туристских фирм, баз отдыха и курортов. Каждый может окунуться в данную сферу прибыльного бизнеса, ввиду того что открыть туристическую фирму не так уж и сложно. В тоже время гораздо сложнее быть конкурентоспособным и удержаться на плаву развивающимися компаниям среди различных угроз и рисков данного вида деятельности. В любом случае туристский бизнес останется таким же интересным для деловых людей, ввиду того что он не требует существенных вложений и бумажной бюрократии, в сравнении с другими видами предпринимательской деятельности [7, с. 14].

Сезонность туристического бизнеса – самая большая угроза, которая подстерегает каждое агентство. Число людей, которые едут отдыхать летом, гораздо больше в сравнении с зимой. Высокие объемы продаж туров приходятся на вторую часть апреля (люди планируют отдохнуть в майские праздники), весь июль – начало августа (время семейных отпусков), сентябрь (время отправляться на курорты бездетным парам и молодежи), конец ноября – начало декабря (организация новогодних туров). В тоже время есть совершенно неудачный с туристской точки зрения месяцы, которые создают трудности большинству начинающих турфирм: январь-февраль и октябрь. Бывают месяцы когда может не оказаться вообще ни одного клиента, но в тоже время оплачивать аренду офиса все равно нужно [4, с. 81].

Этапы создания туристической организации:

- этап первый: выбор организационно-правовой формы организации;
- этап второй: образование протокола намерений участников или

учредителей;

- этап третий: необходимая разработка учредительных документов;
- этап четвертый: проведение учредительного собрания участников;
- этап пятый: подготовка учредительных документов для регистрации

организации;

- этап шестой: правовая регистрация организации;
- этап седьмой: постановка на учет и регистрация в налоговых и

статистических органах;

- этап восьмой: внесение предприятия в государственный реестр;
- этап девятый: подготовка и заведение банковских карт;
- этап десятый: открытие расчетного счета в учреждениях банка.

На данный момент все туристские фирмы несут финансовую ответственность, а туроператоры вносятся в Единый федеральный реестр.

До начала процедуры регистрации туристской организации в первую очередь следует определиться с исходными условиями, ее образования, а именно [9, с. 103]:

- определить состав учредителей, размер уставного фонда, размер и состав вносимых в него учредителями вкладов, размер принадлежащих учредителям долей в уставном фонде;
- выбрать организационно-правовую форму для предприятия;
- придумать наименование турфирме;
- определить место нахождения (юридический адрес) организации.

Самыми распространенными организационно-правовыми формами коммерческих предприятий являются [9, с. 105]:

- общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- общество с дополнительной ответственностью (ОДО);
- закрытое акционерное общество (ЗАО);
- открытое акционерное общество (ОАО).

Следует отметить, что вид организационно-правовой формы организации не влияет на порядок осуществления предпринимательской

деятельности предприятия, порядок налогообложения, уплаты таможенных пошлин.

На выбор организационно-правовой формы оказывает влияние число учредителей, планируемое место нахождения организации, порядок ведения бухгалтерского учета и т.п.

Для успешного старта весной, подготовка и открытие агентства необходимо начинать еще осенью. Если воспользоваться услугами консалтинговых фирм, то за две недели можно зарегистрировать юридическое лицо.

Особенно важным для каждой турфирмы является – офис. В некоторой мере, турагентство представляет собой магазин, а точнее бутик. Поэтому и помещение для турфирмы необходимо выбирать соответствующее – в достаточно престижном и многолюдном месте. Офис турфирмы должен вызывать у посетителей и клиентов доверие. Для повышения привлекательности офиса фирмы необходимо поместить в красивые рамки и повесить на стены учредительные документы, сертификаты и другие документы. Не помешает также обклеить одну из стен в офисе турфирмы курортными фотографиями для того чтобы у посетителей создавалось впечатление, что это турфирма с многолетней историей [10, с. 79].

Важно также учесть психологию клиентов. У людей, которые покупают путевки и туры в пятизвездочные отели на острове Бали, больше доверия вызовет турфирма, которая работает в стильно обставленном офисе. В тоже время небогатых покупателей шикарный дизайн может, напротив, оттолкнуть.

Турбизнес представляет собой один из самых продвинутых в плане информационных технологий видов предпринимательской деятельности. Поэтому рабочее место каждого сотрудника необходимо оснастить современными техническими средствами. Кроме этого, необходимо провести выделенную интернет-линию и приобрести подписку на доступ к информационным системам, которые дают право на оперативную

информацию о наличии имеющихся мест в отелях и авиабилетов. В этом случае менеджеры турфирмы смогут бронировать туры в режиме on-line.

Особенно важным является вопрос рекламы турагентства. Значительным инструментом работы туристской компании является собственный интернет-сайт: потенциальные покупатели путевок и туров предпочитают сравнивать цены туров, не отходя от своего рабочего места. Ввиду этого необходимо особое внимание уделять баннерной рекламе, поиску по ключевым словам и т. д. Постоянство звонков способно обеспечить размещение объявлений в печатных средствах массовой информации и распространение каталогов и листовок [12, с. 73].

Одним из факторов определяющий успех туристского агентства является активное участие хозяина бизнеса в его деятельности. Это позволит более эффективно организовать управление оперативной деятельностью турфирмы, решать не только стратегические, но также и текущие задачи и проблемы, контролировать работу коллектива фирмы и т.д.

1.2 Бизнес-планирование: основные составляющие

Ввиду того, что бизнес-план представляет собой определенный результат организационной работы и исследований, который имеет цель изучения конкретного направления деятельности предприятия (продукции или услуг) на определенном рынке и в существующих организационно-экономических условиях, бизнес-план опирается на [5, с. 76]:

- конкретный проект организации производства определенной продукции (услуг, работ) – создание нового вида изделий или оказание новых видов услуг (особенности удовлетворения некоторых потребностей и т.д.);

- исчерпывающий анализ производственной, хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия, цель которого состоит в выделении его сильных и слабых сторон, специфики и отличий от других

схожих организаций;

- анализ конкретных финансовых, технико-экономических и организационных показателей, которые используются в экономике для реализации определенных задач.

Бизнес-план предоставляет возможность оперативно решать целый ряд задач, важнейшими из которых являются следующие:

- обоснование экономической рациональности направлений развития предприятия;

- расчет прогнозируемых финансовых результатов деятельности организации, в первую очередь товарооборота, прибыли, рентабельности, доходов на капитал;

- поиск источников финансирования выбранной стратегии, т.е. способы концентрирования финансовых активов;

- поиск и найм работников, способных реализовать данный план.

Таким образом, бизнес-план представляет собой не только внутренний документ фирмы, но и может использоваться для привлечения инвесторов.

В бизнес-плане особенно важно произвести расчеты предполагаемых инвестиционных и текущих издержек, а также разработать организационную схему и график реализации проекта. На основе полученной информации осуществляется оценка данного проекта с экономической и финансовой точек зрения и определяются ключевые финансово-экономические показатели.

Без составления бизнес-плана, предприниматель может оказаться неподготовленным к тем трудностям, возникшим на его пути к успеху, и будет нервно импровизировать, что, как правило, часто заканчивается очень плохо как для предпринимателя, так и для бизнеса, которым он занимается. Ввиду этого необходимо заниматься бизнес-планированием. Не следует пренебрегать составлением бизнес-плана даже в тех условиях, когда условия на рынке меняются достаточно быстро, так как бизнес-планирование адаптивный процесс, в результате которого осуществляется регулярная

корректировка управленческих решений, пересмотр системы мероприятий по выполнению конкретной программы и т.д.

Общая структура бизнес-плана представлена следующими разделами [9, с. 38]:

- резюме;
- цель предлагаемого проекта;
- анализ положения предприятия в отрасли;
- описание продукта труда;
- маркетинг и план сбыта продукции предприятия;
- производственный план;
- организационный план;
- финансовый план;
- анализ риска;
- приложения.

Необходимо также отметить, что на этот момент разработано и активно применяется на практике значительное количество программных продуктов, позволяющих автоматизировать процесс и процедуры составления бизнес-планов. Наиболее известные программные продукты: Business Plan Pro (программа, которая предоставляет возможность корректировать бизнес-план в соответствии с интересами инвесторов в режиме онлайн), программа Business Plan PL (программа, которая предназначена для разработки бизнес-планов и ТЭО на профессиональном уровне), программа Project Expert (программа, которая основана на построении экономико-финансовой модели организации и ее окружения, в котором она функционирует, программа позволяет разработать верный пошаговый анализ различных вариантов принимаемых управленческих решений, экономической эффективности бизнес-проектов, стратегических планов развития предприятия, подготовить бизнес-план, который удовлетворяет требованиям отечественных и зарубежных инвесторов, позволяет контролировать исполнение финансовых планов).

Планирование представляет собой определение и упорядочение крупных задач предприятия, которое включает:

- маркетинговый анализ (соответствие новых видов деятельности предприятия требованиям рынка и состояния конкуренции);
- технико-экономический анализ (соответствие новых видов деятельности специализации компании, ее организации и конкуренции);
- финансовый анализ (экономическая эффективность новых видов деятельности).

Высокий уровень качества планирования формируется благодаря следующими важнейшими условиями: компетентность руководства предприятия на всех уровнях управления; квалификация специалистов, которые работают в функциональных отделах и службах; наличие информационной базы и обеспеченность компьютерной техникой.

Процесс планирования обязывает адекватно оценивать планируемые или продолжаемые предпринимательские действия. В процесс осуществления планирования необходимо рассматривать предприятие с различных позиций, анализировать разные аспекты его деятельности (продажи, персонал, организацию управления, стимулирование). Многие из выявленных в ходе планирования слабых и сильных сторон фирмы, возможно, нельзя видеть, если не работать над составлением бизнес-плана.

Обобщая вышеизложенный материал, важно подчеркнуть, что грамотно составленный бизнес-план - основа будущего успеха.

2. Разработка бизнес-плана турфирмы «Ural Travel» с целью повышения ее конкурентоспособности

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Ural Travel»

Туристическое агентство «Ural Travel» специализируется на подборе туров и организацией путешествий во многие страны мира и предлагает своим клиентам широкий спектр дополнительных услуг, таких как:

- бронирование пакетов различных туров (виза, авиабилет, трансфер, гостиница, страховка, питание);
- комбинированные туры (подразумевается посещение нескольких государств в одном туре);
- разнообразные индивидуальные туры (в данном случае программа составляется в соответствии с желанием клиента);
- бронирование авиабилетов зарубежных и российских авиакомпаний (бизнес класс, эконом класс);
- бронирование апартаментов и гостиниц (от 2* до 5* Deluxe);
- различные дополнительные услуги (свадебные церемонии, рыбалка, экскурсии, корпоративные проекты, прокат автомобилей, VIP сервис, аренда яхт и катеров);
- реализация и оформление туров в кредит (экспресс-кредит).

Современные системы и технологии поиска и бронирования туров, позволяет ООО «Ural Travel» достаточно быстро подбирать для клиентов самые лучшие предложения из достаточно большой базы специальных предложений разных туроператоров, а также горящих туров. ООО «Ural Travel» охватывает все актуальные предложения на российском туристическом рынке – морские круизы, пляжный отдых, горнолыжные, экскурсионные туры и многое другое. Оплата туристского продукта может производиться удобным для клиента способом: либо наличными денежными средствами в офисе ООО «Ural Travel», либо в ближайшем для клиента банке

России, а так же возможно перечисление денежных средств безналичным способом, на расчетный счет ООО «Ural Travel».

Обращаясь, турагентство ООО «Ural Travel», клиенты получают гарантировано качественный отдых, а также массу запоминающихся и приятных впечатлений. Для постоянных клиентов ООО «Ural Travel» имеется гибкая система скидок. Далее проведем анализ показателей деятельности предприятия. Отчет о финансовых результатах деятельности ООО «Ural Travel» представлен в приложениях А.

Таблица 2.1.

Отчет о финансовых результатах ООО «Ural Travel»

Наименование показателя	2012г.	2013г.	2014г.	Темп роста в 2013 г.	Темп роста в 2014 г.
Выручка	19800000	21900000	27400000	110,6	125,1
Себестоимость	(9740000)	(12210000)	(16400000)	125,4	134,3
Валовая прибыль	10060000	9690000	11000000	96,3	113,5
Коммерческие расходы	(1890000)	(2230000)	(2810000)	118,0	126,0
Управленческие расходы	(1550000)	(1570000)	(1610000)	101,3	102,5
Прибыль (убыток) от продаж	6620000	5890000	6580000	89,0	111,7
Прочие доходы	790000	770000	890000	97,5	115,6
Прочие расходы	(970000)	(1160000)	(1010000)	119,6	87,1
Прибыль (убыток) до налогообложения	6440000	5500000	6460000	85,4	117,5
Текущий налог на прибыль	(1290000)	(1100000)	(1290000)	85,3	117,3
Чистая прибыль (убыток)	5150000	4400000	5170000	85,4	117,5

Таким образом, на основании таблицы 2.1 можно сделать следующие выводы:

– выручка от реализации туристических продуктов увеличилась в 2013 году на 110,6% в сравнении с 2012 годом и составила 21900 тыс. руб., а в 2014 году выручка увеличилась на 125,1% в сравнении с 2013 годом и составила 27400 тыс. руб.;

– прибыль от продаж туристических продуктов составила за 2012 год –

6620 тыс. руб., за 2013 год – 5890 тыс. руб. что составляет 89% от уровня 2012 года, в 2014 году – 6580 тыс. руб. что составляет 111,7% от уровня 2013 года; чистая прибыль от деятельности ООО «Ural Travel» составила за 2012 год – 5150 тыс. руб., за 2013 год – 4400 тыс. руб., за 2014 год – 5170 тыс. руб., в 2013 году чистая прибыль составила 85,4% от уровня 2012 года, а в 2014 году чистая прибыль увеличилась на 117,5% в сравнении с 2013 годом.

2.2 Характеристика новой услуги

Бизнес-план предлагается для туристской фирмы «Ural Travel», которая расположена по адресу – город Курган, ул. Гоголя, д. 103, 1 этаж.

Документация по туристическому продукту на выездной туризм представлена в приложении Б. Аналогичным образом могут быть разработаны туры в другие регионы.

«Ural Travel», действуя в качестве турагента, реализует туры по договорам комиссии с Туроператором «Coral Travel», получая от него комиссионное вознаграждение (11% от объявленных цен, указанных на сайте оператора).

2.3 Маркетинг и план сбыта туристических услуг

В качестве рекомендаций по совершенствованию маркетингового плана ООО «Ural Travel» можно предложить комплекс маркетинга для продвижения туристических услуг через сбытовую сеть, которая будет состоять из следующих составных частей: рекламные средства ООО «Ural Travel»; не рекламные средства ООО «Ural Travel»; стимулирование менеджеров ООО «Ural Travel»; стимулирование потребителей ООО «Ural Travel».

Участие в работе ярмарок и выставок является очень эффективным и мощным средством в целях формирования маркетинговых коммуникаций

туристического предприятия. Выставочные и ярмарочные мероприятия позволяют, прежде всего:

- продемонстрировать потенциальным покупателям возможности путешествий в ту или иную страну мира (регион);
- расширить представление иностранных туристов о России – проинформировать их о туристической политике и мероприятиях, которые направлены на обеспечение устойчивого развития туризма в России;
- установить позитивные контакты с представителями туристических администраций и организаций, заключить договоры о сотрудничестве и сбыте;
- установить контакты с представителями СМИ, реализовать возможность с их помощью расширить представления потенциальных туристов о туристическом потенциале той или иной страны;
- проанализировать предложения конкурентов, которые предлагают туристические продукты с похожими характеристиками;
- определить возможный спрос на предлагаемые поездки по данному географическому направлению, сделать прогноз развития туристического спроса;
- получить информацию о состоянии конъюнктуры туристского рынка.

В таблице 2.2 представлены возможные варианты участия ООО «Ural Travel» в выставках.

Таблица 2.2.

Возможные варианты участия ООО «Ural Travel» в выставках

Наименование выставки	Время проведения
«Путешествие и туризм», Москва	Октябрь 2015
«Отдых», Москва	Декабрь 2015
«Отдых и путешествия», Москва	Январь 2016
«Интурфест», Санкт-Петербург	Март 2016

Затраты и положительный эффект от участия в данных выставках для компании, представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3.

Затраты и положительный эффект от участия в выставках для ООО «Ural Travel»

Затраты на участие в выставке	Положительный эффект
аренда стенда; оплата сотрудникам стенда; выставочные материалы; транспортировка; командировочные расходы; размещение; отсутствие сотрудников в офисе; оценка результативности; специальные цены для выставки; пресс-информация; анализ посетителей.	прямой контакт с покупателем; ориентация на рынке; привлечение большего внимания; демонстрация турпродукта; новые партнеры и контакты; поддержка существующих контактов; наблюдение за конкурентами; наличие маркетинговой информации; анализ сегмента рынка; контакты с прессой;

Из таблицы 2.3 видно, для чего проводятся выставки, и виден их полезный эффект от них.

Цель ООО «Ural Travel» на ближайшие годы – разработка оптимальной рекламной кампании с наибольшим охватом туристского рынка при оптимальном расходовании финансовых средств.

В таблице 2.4 приведено распределение расходов на маркетинг и рекламу ООО «Ural Travel», в соответствии со средним уровнем цен на соответствующие маркетинговые услуги.

Таблица 2.4.

Распределение расходов на рекламу в ООО «Ural Travel» на 2015 год

Показатель	Сумма
1.Реклама в бизнес-справочниках, тыс. руб.	12
2.Реклама в газетах (Российская туристская газета, Российский бизнес-газета, Российская газета, Moscow News / Московские новости газета и другие издания), тыс. руб.	37,2
3.Реклама в интернете, тыс. руб.	39
4.Реклама в ТЦ на ЖК, тыс. руб.	6
5.Полиграфическая продукция (буклеты, брошюры), тыс. руб.	8,5

6.Участие в выставках и конференциях, тыс. руб.	110,4
7.Сувенирная продукция, тыс. руб.	33,6
8. Реклама на телевидении и радио, тыс. руб.	61
Итого, тыс. руб.	307,1

Таким образом, общая сумма затрат на реализацию мероприятий в рамках маркетингового плана ООО «Ural Travel» составит 307,1 тыс. руб.

Наибольшие средства планируется направить на финансирование мероприятий по участию в туристических выставках и конференциях, более 100 тыс. руб., далее по объему финансирования следует медийная реклама: на телевидении, радио и в печатных СМИ, в бизнес-справочниках и каталогах в сумме 116,2 тыс. руб.

Для продвижения туристических услуг ООО «Ural Travel» необходимо выделить часть бюджета на рекламу. В целях продвижения турпродукции выбраны следующие массовые каналы коммуникаций: ТВ; радио; наружная реклама; сеть Интернет; телевидение и радио.

Выбор обусловлен тем, что данные средства распространения рекламы являются наиболее массовыми, имеют максимальный охват целевой аудитории, в том числе и по географическому признаку; имеют достаточно высокую степень привлечения внимания; а также у ООО «Ural Travel» имеется возможность осуществлять мониторинг содержания сообщений, его оформления, время выхода.

Политика выбора телевидения- и радио- носителей исходит от той аудитории, на которую направлен тот или иной канал. Размещение рекламы проходит на каналах Первый канал, НТВ, ТНТ и радиостанциях Европа плюс и Хит FM. Наружная реклама.

Согласно плана маркетинга необходимо разместить щиты на станциях метрополитена, а также динамические дисплеи на станциях. Интернет реклама.

В настоящее время очень важное значение приобретает такая коммуникативная площадка как интернет. Сегодня развитие социальных

сетей, блогов, электронных файло-обменных сайтов, деловой интернет прессы и т.д. делает данную сферу наиболее привлекательной для установления контакта с потребителями.

Планируется разместить баннер-«растяжку» на информационном портале Mail.ru.

Расчет маркетингового плана на 2015 г. и структура бюджета рекламных мероприятий представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5.

Медиаплан рекламной кампании

Рекламаноситель	Частота охвата за весь период (кол-во дней)	Место размещения	Стоимость за все выходы (руб.)
Первый канал, НТВ, ТНТ	20 мин	Сериалы, новости, ток-шоу	38630
Европа плюс, Хит FM	10 мин	12.00 – 14.00; 16.00 – 17.00 будние дни	10320
Баннер Mail.ru	5	На всю ширину титульной страницы	4030
Щит на станциях метрополитена	30	«Охотный ряд» «Театральная»	2500
Динамические дисплеи	30 (6 плакатов)	Ст.м. «Охотный ряд»	9540
Итого:			61020

Таким образом, наибольший удельный вес в структуре расходов на продвижение туристических услуг ООО «Ural Travel» на рынке принадлежит финансированию рекламы на телевидении 63,3% или 38630 руб., затем наружная реклама с объемом финансирования – 12040 руб. или 19,7%.

Таким образом, как показали расчеты, общий бюджет плана маркетинга по продвижению услуг ООО «Ural Travel» на потребительском рынке составил 61020 рублей.

2.4 Организационный план

Организационная структура ООО «Ural Travel» представлена на рисунке 2.1.

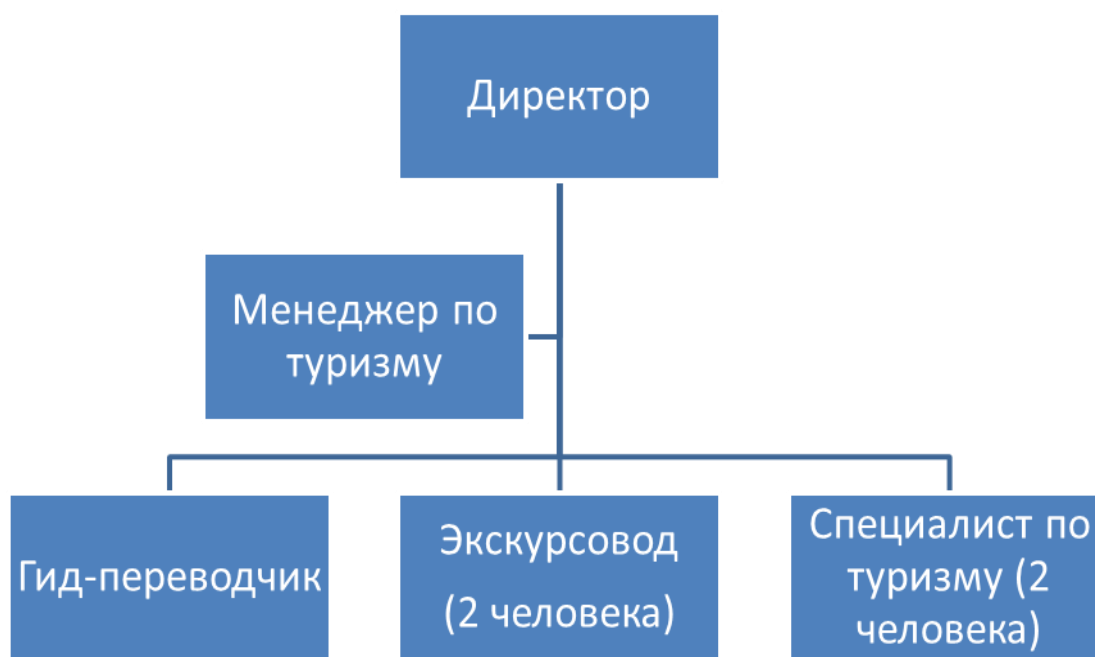


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Ural Travel»

Таким образом, количество сотрудников в исследуемом предприятии составит семь человек. Должностные обязанности данных сотрудников представлены в приложении Б.

Квалификационные требования, предъявляемые к директору ООО «Ural Travel». Высшее профессиональное образование и стаж работы в туризме не менее 3 лет или высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туризме не менее 3 лет.

Квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру по туризму ООО «Ural Travel». Квалификационные требования. Высшее профессиональное образование и стаж работы в туризме не менее 3 лет либо высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туризме не менее 3 лет.

Гид-переводчик: высшее образование без предъявления требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учреждения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика.

Специалист по туризму: высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы, высшее образование и переподготовка в сфере туризма без предъявления требований к стажу работы либо среднее специальное образование и стаж работы в туризме не менее 1 года. Экскурсовод: высшее либо среднее специальное образование без предъявления требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учреждения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода.

Морально-этический кодекс сотрудников представлен в приложении Г. Морально-этический кодекс представляет свод положений, определяющих требования, предъявляемые к личности сотрудника и его поведению. Он составлен в соответствии с нравственной сутью ООО «Ural Travel» и нормами юридической этики, направленными на утверждение справедливости, добра, гуманизма, человеколюбия и решение главной задачи функционирования ООО «Ural Travel» – удовлетворение социальных и экономических интересов учредителя и работников Компании.

Для осуществления своей деятельности необходимо оснастить офис компании необходимым материально-техническим оборудованием, таблица 2.6.

Таблица 2.6.

Материально-техническая база ООО «Ural Travel»

Наименование	Количество	Стоимость единицы	Стоимость всего	НДС	Всего с НДС
1	2	3	4	5	6
Компьютерный (офисный) стол	7	2983	20882	4176	25059
Компьютерные стулья	10	2101	21008	4202	25210
Сейф	1	6520	6520	1303	7822
Кондиционер	1	37815	37815	7563	45378
ПЭВМ	5	13655	68277	13655	81933
Сервер	1	42017	42017	8403	50420
МФУ	1	9244	9244	1849	11092
Сетевое оборудование	комплект	6303	6303	1261	7563
Телефон	2	1471	2941	588	3529
Телефон-факс	1	2941	2941	588	3529
Носители информации (USB Flash 16 Gb)	10	336	3361	672	4034
Другое (канцелярские принадлежности)	-				4202
ИТОГО					269772

Для расчета взяты средние цены на соответствующее оборудование. Таким образом, для оснащения офиса материально-технической базой потребуется 269,72 тыс. руб.

Кроме материально-технического обеспечения туристской фирме необходимо также приобрести программное и информационное обеспечение, таблица 2.7.

Таблица 2.7.

Информационное обеспечение для функционирования ООО «Ural Travel»

Наименование	Количество	Стоимость единицы	Стоимость всего
Антивирусное ПО - клиентское	5	840	4202
- серверное	1	8403	8403
Подключение к сети Интернет (by fly)	1	336	336
1С: Предприятие	1	21008	21008
Microsoft Office	5	10084	50420
Разработка и хостинг сайта	1	12605	12605
Обслуживание сайта (в год)	1	2941	2941
ИТОГО			99916

В своей деятельности сотрудники компании будут использовать сеть Интернет, различное ПО, например Microsoft Office, 1С,

После заключения агентского соглашения с компанией «Coral Travel» будет предоставлен персональный доступ к системе бронирование туров непосредственно в базе данных компании «Coral Travel» (в режиме on-line).

Также для обеспечения деятельности ООО «Ural Travel» необходимо приобретения полиграфической продукции (плакаты, каталоги, брошюры, календари и другое) стоимость расходов на данные нужды возьмем в размере 5% от стоимости капитальных вложений в материально-техническое обеспечение.

Таким образом, стоимость материально-технического и информационного оснащения офиса ООО «Ural Travel» составит ориентировочно:

$$26977241,05 + 99916 = 383\ 176,6 \text{ рублей}$$

Конкуренция на рынке туристических услуг слишком высока, чтобы не

придавать внимания внутреннему оформлению офиса. Самое первое, что видит потенциальный покупатель услуг, когда проходит мимо окон турфирмы или заходит внутрь, – это мебель для офиса. Мебель – как зеркало, визитная карточка любой фирмы, и еще до начала разговора сотрудников с клиентом последний уже сложит впечатление о целой компании. Турфирма – особая сфера, и мебель должна притягивать к себе покупателя, побуждать его зайти в офис и воспользоваться услугами консультантов именно здесь.

Прежде всего, будущего туриста привлечет оригинальная мебель и внутреннее убранство офиса.

Всегда больше шансов привлечь покупателя в яркие, красочные офисы с необычным дизайном офисных кресел, столов, шкафов и др. Помимо мебели, велико значение окружающей обстановки.

Для украшения стен, рабочих столов, шкафов можно использовать любые аксессуары, связанные с путешествием. Это могут быть рекламные плакаты, большие фотографии или карты в ярких, насыщенных, живых цветах. Их тематика – природа, животный мир, море солнца. Картинки должны быть связаны с путешествием, то есть с изображениями путешественников, чтобы у потенциального клиента возникло желание тоже поехать в ту чудесную страну, которая представлена на буклетах.

Второй момент, безусловно, связан с самой мебелью, которая должна быть функциональной и эргономичной, настраивать сотрудников на рабочий лад. Кресло для клиентов – мягкое, удобное, желательно яркого цвета, чтобы оно располагало находиться в офисе компании.

Третий важный момент, которого следует придерживаться при оформлении офиса турфирмы, – соответствие гигиеническим нормам. Здесь подразумевается поддержание оптимального расстояния между рабочими местами сотрудников, пространства между столами, организация удобного и соответствующего рабочего места для каждого работника и соблюдение других норм гигиены труда.

Немаловажный момент – освещение в офисе. Грамотная подсветка для

турфирмы заключается в применении более яркого освещения. Это делается для того, чтобы, проходя в дождливый хмурый день мимо офиса турфирмы, клиент захотел зайти в офис, приобрести тур и окунуться в мир уюта, тепла и отдыха.

Чтобы соответствовать современным требованиям создаваемая турфирма должна располагать приведенным ниже оборудованием:

1. Вывеска (обязательно), должна содержать следующие сведения: фирменное наименование организации, адрес места ее нахождения и режим ее работы, на вывеске указывается именно адрес, указанный в Уставе, юридический адрес, который может не совпадать с фактическим расположением офиса фирмы.

2. Сейф или железный шкаф для хранения денежных средств, бланков строгой отчетности, трудовых книжек и других документов.

3. Первичные средства тушения пожаров и необходимая информация (обязательно): огнетушители; план эвакуации из помещения в случае пожара с указанием мест размещения огнетушителей; таблички с указанием ответственного должностного лица за пожарную безопасность помещения и номера телефона вызова пожарной охраны.

4. Оборудованные рабочие места для персонала.

5. Оборудование для технического обеспечения оперативной деятельности: средства связи, включая факсимильную связь, компьютеры, копировальная и множительная техника, технические средства для осуществления кассовых операций.

6. Стулья (кресла) для обслуживаемых посетителей.

7. Оборудованные места для ожидающих посетителей.

Уголки покупателя отличаются жесткой регламентацией содержания, поэтому и заслуживают особо пристального внимания.

А офисе создаваемой турфирмы в обязательном порядке должен быть «Уголок потребителя», где размещается информация предназначенная для покупателей.

Итак, уголок покупателя (уголок потребителя) – это информационный стенд, на котором находятся:

- информация о фирме;
- копия свидетельства о государственной регистрации;
- перечень услуг, оказываемых потребителям, утвержденный директором;
- памятки для выезжающих за границу туристов;
- информационные материалы;
- книга замечаний и предложений;
- телефоны отдела защиты прав потребителей.

Таким образом, предоставленный бизнес-план и ориентация на него позволит туристической фирме «Ural Travel» повысить свою конкурентоспособность на туристическом рынке города Курган. В бизнес-плане предусмотрен оптимальный штат сотрудников, разработан кодекс сотрудника туристской фирмы, данные факторы позволят более эффективно обслуживать клиентов. В тоже время современное оснащение офиса создаст данной фирме дополнительные преимущества перед конкурентами. План по продвижению на рынке позволит туристской фирме стать узнаваемой, повысить свой социальный статус и престижность бренда компании.

Заключение

Таким образом, на основании проведенного исследования можно отметить, что:

- бизнес-план представляет собой план, программу осуществления предпринимательских операций, действий организации, которая содержит сведения о предприятии, товаре, его производстве, рынках продаж, маркетинговой деятельности, организации операций и их эффективности;

- структура бизнес-плана представлена следующими разделами: резюме, цель предлагаемого проекта, анализ положения предприятия в отрасли, описание продукта труда, маркетинг и план сбыта продукции предприятия, производственный план, организационный план, финансовый план, анализ риска, приложения.

- туристский бизнес представляет собой один из самых быстро развивающихся и растущих видов бизнеса. Ежегодно растет количество людей, которые желают побывать за границей, и соответственно увеличивается количество туристских фирм, баз отдыха и курортов. Туристский бизнес является таким же интересным для деловых людей, ввиду того что он не требует существенных вложений и бумажной бюрократии, в сравнении с другими видами предпринимательской деятельности;

- до начала процедуры регистрации туристской организации в первую очередь следует определиться с исходными условиями, ее образования, а именно: определить состав учредителей, размер уставного фонда, размер и состав вносимых в него учредителями вкладов, размер принадлежащих учредителям долей в уставном фонде; выбрать организационно-правовую форму для предприятия; придумать наименование турфирме; определить место нахождения (юридический адрес) организации;

- туристическое агентство «Ural Travel» специализируется на подборе туров и организацией путешествий во многие страны мира и предлагает своим клиентам широкий спектр дополнительных услуг;

– в курсовой работе разработан бизнес-план который позволит повысить конкурентоспособность исследуемой фирмы, предоставленный бизнес-план и ориентация на него позволит туристической фирме «Ural Travel» сформировать оптимальный штат сотрудников, в бизнес-плане разработан кодекс сотрудника туристской фирмы, указанные факторы позволят более эффективно обслуживать клиентов. В тоже время современное оснащение офиса создаст данной фирме дополнительные преимущества перед конкурентами. План по продвижению на рынке позволит туристской фирме стать узнаваемой, повысить свой социальный статус и престижность бренда компании.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"
2. Указ Президента РФ от 18 ноября 2004 г. N 1453 "О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту";
3. Александрова А.Ю.: Международный туризм. - М.: КНОРУС, 2010. – 289 с.
4. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. Учебное пособие. - М., 2009. - с. 291.
5. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.
6. Божук С. Г., Ковалик Л. Н., Маслова Т. Д., Розова Н. К., Тэор Т. Р. Маркетинг: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: 2012. – 448 с.
7. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие/ - М.: Форум; НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 400 с.
8. Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2009. – 320 с.
9. Горемыкин В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана.- 2-е изд. - М.: «Ось-89», 2010.- 66-67 с.
10. Ильина Е.И. Основы туристской деятельности. - М.: Проспект, 2009. - 374 с.
11. Лукьянова Н.С.: География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум. - М.: КНОРУС, 2010. - с. 168.
12. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме / Безрутенко Ю. В.. М.: Дашков и Ко. 2014. – 232 с.
13. Маркетинг в туризме / Бутко И. И., Ситников В. А., Ситников Е. А. М.: Дашков и Ко. 2013 – 412 с.

14. Николашин В.Н. Маркетинг туристских услуг Учебный курс. - М.: МИЭМП, 2010. - 72 с.
15. Харитонов Т.В. Организационно-экономические аспекты предпринимательства в сфере туризма / Т.В. Харитонов, Т.М. Кривошеева, Л.Ф. Ксенитова, Е.Ш. Танеева и др. – М., 2012. – 225 с.

Приложение А

Отчет о финансовых результатах ООО «Ural Travel»

Пояснения	Наименование показателя	Код	За январь-декабрь 2014г.	За январь-декабрь 2013г.	За январь-декабрь 2012г.
	Выручка	2110	27400000	21900000	19800000
	Себестоимость	2120	(16400000)	(12210000)	(9740000)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	11000000	9690000	10060000
	Коммерческие расходы	2210	(2810000)	(2230000)	(1890000)
	Управленческие расходы	2220	(1610000)	(1570000)	(1550000)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	6580000	5890000	6620000
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-	-
	Проценты к получению	2320	-	-	-
	Проценты к уплате	2330	(-)	(-)	(-)
	Прочие доходы	2340	890000	770000	790000
	Прочие расходы	2350	(1010000)	(1160000)	(970000)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	6460000	5500000	6440000
	Текущий налог на прибыль	2410	(1290000)	(1100000)	(1290000)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-	-
	Прочее	2460	-	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	5170000	4400000	5150000

Технологическая карта маршрута «Путешествия по Испании» «Ural Travel»

ВЕРБАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ТУРА

(ИЗЛОЖЕНИЕ КРАТКОГО СОДЕРЖАНИЯ МАРШРУТА)

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Курган – Мадрид – Бургос – Леон – Мадрид – Толедо – Саламанка –
Сеговия – Мадрид - Курган

Вылет из Кургана в 12:00– прибытие в Мадрид в 15.40– Трансфер в отель свободный день (ночѐвка в отеле)

Смешенный тур: самолет, автобус, скоростной поезд

Экскурсионный тур 8 дневный

Туристическая фирма «Ural Travel»

1 день: Прилет в Мадрид в 15.40 и размещение в отеле, ужин в отеле

2 день: Бургос, обед в Бургосе, Посещение города Бургос: замок, ворота Санта Мария, легенды о Сиде Кампеадоре и Кафедральный собор

3 день: город Леон, ужин в отеле, ночлег, Экскурсия в город Леон. Здание Каса Ботинес в Леоне, Архиепископский дворец – работы Антонио Гауди.

4 день: скоростной поезд в Мадрид, посещение винных погребов, ночлег

5 день: город Толедо, экскурсия по городу, обед и ужин

6 день: Саламанка, Экскурсия по городу, где расположен самый старый в Испании Университет. Прогулка по историческому центру с осмотром римского моста, Дома с ракушками и дворцов эпохи Возрождения, ночлег, обед и ужин в отеле

7 день Сеговия, Экскурсия с осмотром Кафедрального собора, Акведука, и замка Алькасар, прообраза замка Золушки в Диснейленде, обед и ужин, ночлег

8 день: переезд в Мадрид, трансфер в аэропорт

Вид маршрута: экскурсионный

Протяжѐнность маршрута в км: 2 339

Протяжѐнность маршрута в днях: 8

Число туристских групп: 1

Число туристов в группе: 6

Всего туристов по маршруту: 6

Всего человеко-дней обслуживания: 8

Продолжительность работы руководителя туристской группы: 8 дней

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА МАРШРУТА

1. НАИМЕНОВАНИЕ ТУРОПЕРАТОРА «Coral Travel» (Москва)
2. ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ МАРШРУТА В КАЛЕНДАРНЫХ ДНЯХ И КОЛИЧЕСТВО НОЧЛЕГОВ 8 дня + 7 ночей
3. МАРШРУТ
 - А) ОТПРАВНАЯ ТОЧКА: г. Курган
 - Б) ОКОНЧАТЕЛЬНЫЙ ПУНКТ ПРИБЫТИЯ: Курган
4. КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТОВ В ГРУППЕ ИЛИ В РЕЙСЕ:6
5. КОЛИЧЕСТВО ГРУПП ИЛИ ЖЕ РЕЙСОВ:2 группы в месяц
6. КОЛИЧЕСТВО ТУРОДНЕЙ:80

ГРАФИК ЗАГРУЗКИ

МЕСЯЦ	СРОКИ	КОЛИЧЕСТВО ГРУПП
Апрель	10-17 20-27	1
Май	10-17 20-27	1
Июнь	10-17 20-27	1
Июль	10-17 20-27	1
Август	10-17 20-27	1
ИТОГО: 10	80	10

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ И ГРАФИК ДВИЖЕНИЯ ПО МАРШРУТУ

ДНИ МАРШРУТА	ПУНКТЫ МАРШРУТА, КМ	ВРЕМЯ ОТПРАВЛЕНИЯ И ПРИБЫТИЯ	ПРОГРАММА ОБСЛУЖИВАНИЯ ОСНОВНОЙ ПАКЕТ УСЛУГ			ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ
			РАЗМЕЩЕНИЕ	ПИТАНИЕ	НАИМЕНОВАНИЕ ТУРИСТСКО- ЭКСКУРСИОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ	
1 день	Мадрид					
	Самолёт Курган- Мадрид; Трансфер в отель на автобусе	Прибытие 15.40	Gran Atlanta****	Ужин в отеле	Свободный день. Ночлег.	
2 день	Подъем в отеле Мадрид	9.40		Завтрак		
	216 км	10.00			Переезд в Бургос	
	Бургос	13.00			Посещение города Бургос ,	
	17 км	13.10			переезд	
	замок, ворота Санта Мария	13.10			экскурсия	
	39 км	14.10			переезд	
	легенды о Сиде Кампеадоре и Кафедральный собор.	15.10			экскурсия	
	374 км	16.00		Обед в поезде	Переезд в Леон	
	Леон	20.00	Cortes de Leon***	Ужин	Экскурсия в городе Леон	
3 день	Подъем в отеле Леон	09.00	Gran Atlanta****	Завтрак в	Экскурсия по городу Здание Каса	

				отеле	Ботинес в Леоне,	
	29 км	10.00			переезд	
	Архиепископский дворец – работы Антонио Гауди.. посещение винных погребов	10.30		обед в кафе	экскурсия	
	877 км	17:30			Посадка в поезд, отправление	
	Мадрид	22:30		Ужин	Возвращение в Мадрид	
4 день	Подъем в отеле Мадрид	09.00	Gran Atlanta****	Завтрак в отеле Обед в отеле Ужин в отеле	Для желающих-экскурсия. Ночлег.	
5 день	Подъем в отеле Мадрид	09.00		Завтрак в отеле		
	352 км	10.00				
	Толедо	13.10	Beatriz Toledo***	Обед и ужин в отеле	Экскурсия Ночлег.	
6 день	Подъем в отеле Толедо	9:00		Завтрак	Экскурсия по городу, где расположен самый старый в Испании Университет.	
	23 км	12.00			переезд	
	Дома с ракушками и дворцов эпохи Возрождения.	12.15			экскурсия	
	9 км	14.00			переезд	
	Прогулка по	14.15			экскурсия	

	историческому центру с осмотром римского моста					
	234 км	15.00		обед в поезде	Отправление	
	Саламанка	17.40	Horus Salamanca****	Ужин	Прибытие, свободное время ночлег	
7 день	Подъем в отеле Саламанка	09.00.		Завтрак	Свободное время, экскурсия по городу	
	164 км	15.00		Обед в поезде	Посадка в поезд.	
	Сеговия	16.40			Экскурсия	
	16 км	17.40			переезд	
	Экскурсия с осмотром Кафедрального собора, Акведука, и замка Алькасар, прообраза замка Золушки в Диснейленде	18.00				
	69 км	19.00			Посадка в поезд. Переезд в Мадрид.	
	Мадрид	20.00	Gran Atlanta****	Ужин в отеле	Ночлег	
8 день	Подъем в отеле Трансфер в аэропорт	11.00	Gran Atlanta****	Затвратк в отеле		

ДОГОВОРНЫЙ ПЛАН
(ПЕРЕЧЕНЬ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ В РАМКАХ
ПРОГРАММЫ И ИХ ИСПОЛНИТЕЛИ)

НАИМЕНОВАНИЕ УСЛУГИ	НАИМЕНОВАНИЕ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ УСЛУГИ ПО ДОГОВОРУ	СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА	СТОИМОСТЬ	ПОРЯДОК РАСЧЕТА
ОСНОВНЫЕ УСЛУГИ				
Организаторы тура	Турагент – «Ural Travel» Туроператор – «Coral Travel»	Апрель- Август	фиксированная	+ к зарплате в конце месяца

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК
ИСПАНИЯ

1. Общие сведения о стране.

География. Испания расположена на юго-западе Европы, занимает большую часть Пиренейского полуострова. На севере граничит с Францией и Андоррой, на западе – с Португалией. На севере омывается Бискайским заливом, на востоке – Средиземным морем, на юге – Средиземным морем и Атлантическим океаном, на западе – Атлантическим океаном. Испании принадлежат несколько групп островов, самыми значительными из которых являются Балеарские острова в Средиземном море и Канарские острова в Атлантическом океане.

Территория. 504,8 тыс. кв. км

Столица. Мадрид.

Климат. Климат в Испании сухой, достаточно жаркий. Зима - мягкая. Средняя температура зимой колеблется от +8 до +14 градусов по Цельсию. Мадрид особенно хорош с конца весны и до середины осени.

Религия. Основная религия – католицизм.

Язык. Государственный язык – испанский. В провинциях широко используются местные диалекты. В отдельных регионах - каталонский, галисийский и баскский.

Время. Время в Испании отстает от Курганого на один час (кроме Канарских островов – 2 часа).

Валюта. Денежной единицей является евро. Валюту можно обменивать в пунктах обмена валюты, в банках, на почте. В аэропортах, как правило, невыгодный курс, но пункты обмена там работают круглосуточно. В Испании в ходу все распространённые кредитные карточки, в городах, во многих ресторанах, гостиницах, магазинах и универмагах, принимаются Visa, American Express, Mastercard.

2. Правила пересечения границы

Ваше путешествие начинается с авиационного перелета к месту отдыха, и Вы должны не позднее, чем за два часа до вылета рейса прибыть в аэропорт, указанный в Ваших авиабилетах.

Правила въезда и выезда из страны. В аэропорту Вас будет ждать представитель с табличкой "КАПИТАН", у которого Вы сможете получить пакет документов (авиабилеты, ваучер, страховку), после чего самостоятельно проходите на регистрацию. Не забудьте взять с собой загранпаспорт. Если Ваш несовершеннолетний ребенок выезжает с одним из родителей, возьмите документы, подтверждающие родство, и разрешение на вывоз ребенка из страны (доверенность). Если Ваш ребенок вписан в Ваш паспорт без фотографии - необходимо вклеить фотографию.

Если все необходимые документы у Вас на руках, Вы самостоятельно проходите паспортный, таможенный контроль и регистрацию, которая заканчивается за 40 минут до вылета.

Пакет документов:

-заграничный паспорт;

-ваучер;

-страховой полис;

-авиабилет;

- справка из банка об обмене валюты при вывозе в путешествие более \$3.000 на человека;

-при необходимости доверенность на ребенка и свидетельство о рождении. **Убедительно просим Вас** не забывать необходимые для Вашего путешествия документы.

Таможенные формальности. Посольство Испании в России есть в Москве, которое уполномочено рассматривать ходатайства на краткосрочную визу, а также для открытия долгосрочных и рабочих виз.

Для оформления визы необходимо иметь паспорт (паспорт должен быть действителен в течение 3,5 месяцев после истечения срока действия визы), две одинаковые фотографии, анкета, заполненная по образцу, справка о покупке валюты из расчета 50 у.е. на каждый день пребывания (включая детей), справка с места работы. В ней должно быть указана должность, даты начала работы, оклад не менее 3500 тыс. рублей в месяц, жесткие даты предоставляемого отпуска. Справка должна быть на фирменном бланке предприятия с фактическим адресом и телефонами, с печатью и подписью директора и главного бухгалтера, должна быть указана дата выдачи и исходящий номер справки. Из справки должен быть ясен профиль деятельности предприятия. Срок оформления - 10 дней со дня предоставления необходимых документов. Консульский сбор составляет 50 евро.

Таможенные ограничения. На одного человека разрешен беспошлинный ввоз: крепких напитков - 1 литр, вина - 2 литра, сигарет - 200 штук, табака - 250 гр., кофе - 500 гр., чая - 100 гр. При въезде в Испанию письменному декларированию подлежат ценные вещи, стоимость которых превышает 180 евро.

3. Размещение в отеле

Ваучер. Размещение в отеле осуществляется по предъявлении ваучера. Ваучер является финансовым документом и подтверждает оплату в отель.

Рекомендуем сохранить копию ваучера до момента выписки из отеля. Ваучер покрывает только размещение в отеле и таксы. При выписке проверьте список Ваших дополнительных расходов в отеле.

Check-in/check-out. Регистрация в отель (Check-in) обычно возможна после 15:00 (в некоторых отелях после 16:00), а выписка (check-out) предусмотрена до 11:00 (в некоторых отелях до 12:00). Для размещения в отеле обязательно предоставление удостоверения личности с фотографией (заграничный паспорт) и ваучер.

Электронапряжение. 220 Вольт.

4. Информация о перелётах/переездах

Трансфер аэропорт-отель. Водители компании будут ожидать Вас в аэропорту в зале встречающих (после таможни). Водитель компании встречает с табличкой, указанной в Вашей программе тура.

Трансфер отель-аэропорт. Водители компании ожидают у центрального входа в отель в указанное время. Время ожидания автомобиля у отеля – 30 минут.

Медицинская помощь. Медицинское обслуживание платное. Не забудьте взять у врача счёт, чтобы предъявить его в страховой компании.

5. Меры предосторожности

-следите за своим багажом, не оставляйте его без присмотра даже на короткое время;

-не меняйте в аэропорту крупные денежные суммы, поскольку по дороге у вас не будет в них необходимости;

-храните деньги, документы и ценности в сейфе гостиницы;

-если в номере имеется мини-бар, то все напитки, взятые из него в период вашего пребывания в отеле, должны быть оплачены в день отъезда в службе размещения отеля;

-перед каждой экскурсией проверьте наличие билетов на эту экскурсию и не берите с собой большое количество наличных денег;

-сделайте ксерокопию Ваших личных документов, а оригиналы по возможности с собой не носите;

-в случае кражи или потери кредитных карточек, дорожных чеков их аннулируйте, для этого позвоните в свой банк.

6. Важные контактные телефоны

Посольство Российской Федерации в Испании:

Адрес: г. Мадрид, ул. Веласкес, 155,

(Embajada De La Federacion De Rusia en Espana C. Velazques 155. Madrid, 2802, Espana)

телефон: (8-1034) 91-411-25-24, 91-562-22-64, 91-411-08-07

факс: (8-1034) 91-562-97-12

e-mail: embrues@arrakis.es

<http://www.spain.mid.ru/>

7. Прочие сведения

Пляжи. При посещении пляжа или бассейна советуем Вам пользоваться солнцезащитными средствами.

Чаевые. Как правило, плата за обслуживание включается в счет, однако посетители зачастую дают чаевые. Этот обычай практикуется не только в барах и ресторанах: чаевые дают посыльным в гостинице, контролерам в кино и театрах, таксистам. Обычно они составляют 10-15 % от стоимости оказанной услуги. Впрочем, если вы недовольны уровнем обслуживания, то можете выразить это отсутствием чаевых.

Покупки. В большинстве туристских зон есть магазины работающие круглосуточно. Многие магазины открыты с 9:30 до 13:30 и с 16:30 до 20:30 (понедельник - суббота). Испанские магазины славятся богатым ассортиментом особенно кожаными изделиями, обувью, керамикой.

Покупки лучше всего делать в крупных городах - Мадриде, Барселоне, Валенсии, Малаге и т.д. Самая крупная сеть универмагов в Испании - El Corte Ingles, где, как говорят сами испанцы, можно купить все – от иголки до самолета. Но это дорогой магазин. Вообще лучше избегать покупок в

крупных магазинах, т.к. там и выбор меньше и цены выше. А в небольших магазинчиках Вы можете найти хорошего качества товар по разумным ценам. Режим работы: с 9:00 до 13:00 и с 16:00 до 20:00, (в субботу – до 12:00). С 13:00 до 16:00 – сиеста. В это время на обед закрывается большинство банков, магазинов и государственных учреждений.

Транспорт. Метро в Мадриде работает с 06:30 до 1:30. Одноразовый билет дает право на поездку до любой станции, выгоднее проездной на 10 поездок. Автобусные остановки в Испании обозначены желто-зелеными щитками с надписью «bus». Такси имеют световое табло с надписью «taxi». Флажок со словом «libre» или зеленый огонек означает, что такси свободно. Такси можно вызвать из любого кафе или рецепции любой гостиницы. Оплата производится в соответствии с показаниями счетчика. В ночные часы, выходные и праздничные дни тариф увеличивается.

Прокат машин. При оформлении проката машин большинство агентств берут залог, если оплата производится наличными, а не кредитной карточкой. Если Вы хотите взять напрокат автомобиль, убедительно рекомендуем Вам обращаться в серьезные фирмы, где могут предложить Вам самые современные модели машин (об этом Вы можете узнать на первом информационном собрании и Ваш представитель предложит Вам такую фирму). Очень важно, чтобы обязательно была страховка на машину. Рекомендуется пользоваться услугами только тех агентств, которые предоставляют полную страховку.

Стоянка автомобилей. Во всех населённых пунктах есть места на дороге с Желтой полосой – стоянка запрещена, и с синей полосой – стоянка разрешена. Эти стоянки платные и обычно рядом стоят автоматы, куда надо опустить 25, 50 или 100 песет, все зависит в какое время Вы оставляете свою машину. Затем нужно взять бумажку из автомата и положить ее обязательно на видное место в машине.

Национальная кухня. Испанская кухня очень богата и разнообразна и сильно различается по регионам. Для кухни северных регионов (Галисия,

Астурия, Страна Басков) характерны главным образом молоко, сыр, фрукты, овощи, рыба. Здесь популярны различные соусы, рыбные супы и другие рыбные блюда. Пища заливается очень кислыми винами, а также сидром и агуардиенте (испанской водкой). В центральной части страны, в районах Кастилии, преобладают различные острые блюда из жареного мяса, популярно рагу, тушеная баранина. Самое характерное традиционное блюдо этого района и одно из наиболее распространенных в Испании - косидо, которое варят в специальных горшочках (пучеро). Косидо готовят из турецкого гороха, картофеля, лука, моркови, капусты, мяса, перченых колбасок, лапши. Это кушанье заправляют довольно крепким красным вином. На юге Испании (в Андалузии, части Новой Кастилии, Экстремадуре) распространены жареные блюда и всемирно известные марочные вина: малага, херес, мансанилья, амантильядо. В Андалузии очень популярны маслины и белый чеснок с виноградом. Однако наиболее распространенное традиционное кушанье южной Испании – гаспачо (холодный крем-суп). Основными компонентами являются: гренки, свежий хлеб, лук, огурцы, помидоры, сладкий перец, чеснок, оливковое масло, соль, молотый перец.

ДОЛЖНОСТНЫЕ ОБЯЗАННОСТИ СОТРУДНИКОВ ООО «Ural Travel»

1. РУКОВОДИТЕЛИ

ДИРЕКТОР ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Должностные обязанности. Осуществляет в соответствии с законодательством общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туристической организации, несет полную ответственность за все направления ее деятельности. Организует работу и эффективное взаимодействие структурных подразделений туристической организации, направляет их деятельность на обеспечение высокой культуры и качества предоставления туристических услуг. Осуществляет в соответствии с законодательством общее руководство основной, административно-хозяйственной и финансово-

экономической деятельностью туристической организации, несет полную ответственность за все направления ее деятельности. Определяет стратегию развития организации. Утверждает текущие и перспективные планы работы и контролирует их выполнение. Определяет перспективные направления деятельности организации, участвует в деловых переговорах с партнерами с целью согласования тарифов и заключения контрактов (соглашений) о сотрудничестве. Определяет условия и заключает договоры, связанные с деятельностью туристической организации. Организует разработку программ и технологических документов туристических маршрутов. Контролирует выполнение этих документов в соответствии с принятыми стандартами. Несет ответственность за качество и безопасность предоставляемых туристических услуг, за их соответствие условиям заключенных договоров. Принимает меры по укомплектованию туристической организации квалифицированными кадрами, их материальному и моральному поощрению, по наилучшему использованию знаний и опыта работников, повышению их квалификации, созданию здоровых и безопасных условий труда. Организует работу и эффективное взаимодействие сотрудников и структурных подразделений туристической организации, направляет их деятельность на обеспечение высокой культуры обслуживания и качества предоставления туристических услуг. Утверждает штатное расписание и смету расходов туристического предприятия и обеспечивает их экономное и рациональное использование. Обеспечивает внедрение в деятельность предприятия инновационных технологий. Организует работу по выявлению и анализу проблем в работе туристической организации, рассмотрению замечаний и предложений клиентов, управлению и разрешению конфликтных ситуаций. Организует составление и своевременное представление установленной отчетности. Обеспечивает укрепление трудовой и производственной дисциплины, соблюдение правил и норм охраны труда и пожарной безопасности. Хранит коммерческую тайну организации (сведения, имеющие потенциальную коммерческую ценность и отнесенные к коммерческой тайне

в соответствии с перечнем, закрепленным в приказе организации).

Должен знать: нормативные правовые акты, другие руководящие и методические документы, определяющие направления и перспективы развития туризма; специализацию и особенности структуры туристической организации; организацию финансово-хозяйственной деятельности; культуру межличностного общения; основы психологии, этики, эстетики; экономику, организацию труда и управления; маркетинг и рекламу; трудовое законодательство; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования. Высшее профессиональное образование и стаж работы в туризме не менее 3 лет или высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туризме не менее 3 лет.

МЕНЕДЖЕР ПО ТУРИЗМУ

Должностные обязанности. Организует работу по формированию и продвижению туристических услуг, представлению информации об имеющихся перспективных туристических услугах. Организует эффективную работу подчиненных работников, рационально контролирует выполнение ими должностных обязанностей. Разрабатывает текущие и перспективные планы работы по своему направлению деятельности. Организует поиск, сбор, анализ и систематизацию информации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и пр. в рамках своего направления деятельности, обеспечивает ее полноту и достоверность. Организует проведение маркетинговых исследований спроса и предложения на туристические услуги, разработку концепции программы и стоимости туристических услуг. Организует проведение мероприятий по продвижению туристических услуг (рекламные кампании, презентации, выставки, ознакомительные туры, распространение рекламных материалов и пр.). Организует проведение переговоров с контрагентами, согласование существенных условий договоров, подготовку проектов договоров и

обеспечивает их подписание (при наличии доверенности от руководителя туристической организации). Организует подготовку и оформление технологических документов на предлагаемые туристические услуги (технологические карты, информационные листки, памятки туристов, схемы, описания маршрутов путешествий и т.д.), контролирует качество их выполнения в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Организует подготовку специализированной туристической информации, информации по безопасности услуг, контролирует ее полноту и достоверность (наличие существенных условий договора). Определяет процедуры предоставления информации клиентам, контролирует своевременность ее доведения до клиентов. Контролирует ведение журналов инструктажей по обеспечению безопасности туристов в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Разрабатывает схему бронирования услуг. Контролирует своевременность оформления листов бронирования и подтверждение брони партнерами. Контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных договорах. Организует и контролирует рассмотрение поступивших жалоб клиентов на качество оказываемых туристических услуг, проведение корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков в работе специалистов и контрагентов. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Организует ведение статистики организованных туров, путешествий и прочих туристических услуг, составление и своевременное представление установленной отчетности. Контролирует соблюдение трудовой дисциплины, соблюдение правил и норм охраны труда и пожарной безопасности.

Должен знать: нормативные правовые акты, другие руководящие и методические документы, определяющие направление и перспективы осуществления и развития туристической деятельности; географию стран

мира, справочники, периодические издания, научные публикации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и пр., туристические каталоги; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров; принципы определения стоимости туристических услуг; правила страхования туристов; порядок работы консульско-визовых служб, консульско-визовые формальности; правила бронирования билетов и услуг; порядок работы со средствами размещения (отели, гостиницы и пр.), компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; теорию межличностного общения; иностранный язык; правила оформления туристической документации (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятка, финансовые документы и т.д.); методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникаций и связи, компьютеров; методики формирования туров; технику приема контрагентов и проведения переговоров; протокол и этикет; основы трудового законодательства; основы экономики, организации труда и управления; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования. Высшее профессиональное образование и стаж работы в туризме не менее 3 лет либо высшее образование, переподготовка в сфере туризма и стаж работы в туризме не менее 3 лет.

2. СПЕЦИАЛИСТЫ

ГИД-ПЕРЕВОДЧИК

Должностные обязанности. Оказывает на понятном для иностранных туристов языке экскурсионно-информационные услуги. Сопровождает туристов, соблюдая утвержденный маршрут экскурсии (путешествия), контролирует качество обслуживания на маршруте. Осуществляет перевод

экскурсий, путевой информации, бесед, встреч и т.д. Оказывает туристам организационные услуги. Принимает меры по обеспечению безопасности туристов. Информировывает туристов о правилах пребывания иностранных граждан на территории Российской Федерации. Оказывает содействие иностранным туристам при прохождении паспортно-визового и таможенного контроля. Систематически совершенствует свою квалификацию, повышает уровень языковой подготовки, участвует в разработке новых форм и методов ведения экскурсионно-информационной работы. Прослушивает других гидов-переводчиков, изучает их опыт, участвует в работе конференций, семинаров и т.д. Применяет дифференцированный подход при работе с различными категориями иностранных туристов. Собирает и изучает исторические материалы, архивные документы, статистические и другие данные об экскурсионных объектах, культуре, традициях, достижениях белорусского народа, известных людях - уроженцах Беларуси. Постоянно включает в экскурсии актуальный материал. Участвует в разработке и освоении новых тем экскурсий, составлении информационных тематических материалов. Готовит ответы на характерные вопросы иностранных туристов. Вносит предложения по разработке новых экскурсионных и туристических маршрутов. Принимает меры по обеспечению безопасности туристов. При заболеваниях туристов, травмах оказывает первую медицинскую помощь и связывается с руководством туристического предприятия и страховой компанией. Координирует действия туристов в случаях чрезвычайных ситуаций. Оформляет в установленном порядке необходимую документацию. Анализирует замечания и предложения туристов относительно качества предоставляемых услуг, вносит предложения по их совершенствованию.

Должен знать: нормативные правовые документы по организации туристическо-экскурсионной деятельности и пребывания иностранных граждан на территории Российской Федерации; принципы организации туристической индустрии, историю, культуру и географию, экспозиционный материал музеев, протокол и этикет, иностранный язык, теорию

межличностного общения, основы психологии, методику проведения экскурсий; правила оказания первой медицинской помощи и схему действий при наступлении чрезвычайных ситуаций; правила оформления документации и составления отчетов, методы обработки и передачи информации с использованием компьютерных технологий, основы менеджмента, маркетинга и экономики, трудового законодательства, делопроизводства, требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Гид-переводчик I квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика и стаж работы в должности гида-переводчика II квалификационной категории не менее 2 лет.

Гид-переводчик II квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика и стаж работы в должности гида-переводчика не менее 2 лет.

Гид-переводчик: высшее без предъявления требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учреждения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации гида-переводчика.

СПЕЦИАЛИСТ ПО ТУРИЗМУ

Должностные обязанности. Осуществляет подбор справочных и рабочих материалов по туризму. Проводит маркетинговые исследования спроса и предложения на туристические услуги. Разрабатывает предложения по освоению новых маршрутов. Принимает участие в разработке рекламных материалов, каталогов, брошюр и пр. и выработке концепции продвижения туристических программ. Участвует в проведении мероприятий по продвижению туристических услуг (рекламных кампаниях, презентациях, выставках, ознакомительных турах, распространении рекламных материалов и пр.). Для формирования пакета туристических услуг осуществляет поиск

отелей, компаний-перевозчиков (авиа, железнодорожных, автобусных), иных организаций, предоставляющих эти услуги или оказывающих содействие их предоставлению. Создает и поддерживает информационную базу данных по услугам, предоставляемым в рамках разрабатываемых туров. Разрабатывает программы туров. Определяет стоимость услуг, включенных в состав тура, рассчитывает стоимость пакета услуг и т.д. Согласовывает с контрагентами существенные условия в рамках предоставляемых услуг. Оформляет технологические документы по предлагаемым турам (технологические карты, информационные листки, памятки туристов, схемы, описания маршрутов путешествий и т.д.), в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Своевременно оформляет листы бронирования и подтверждает бронь партнерам. Осуществляет работу по поиску клиентов. Принимает заказы отдельных туристов или корпоративных групп на формирование тура. Готовит пакет документов, необходимых для открытия визы (в случае необходимости), контролирует правильность их оформления. Оформляет туристическую документацию (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятка, финансовые документы и т.д.) в соответствии с требованиями законодательства (при наличии доверенности от руководства). Готовит специализированную туристическую информацию, информацию по безопасности услуг, контролирует ее полноту и достоверность. Разрабатывает рекомендации и указания для участников путешествия. Консультирует клиентов по всем вопросам, касающимся необходимых правил, порядка и условий предоставления туристических услуг. Проводит инструктаж туристов о мерах безопасности, предупреждении заражения особо опасными инфекциями. Ведет журналы инструктажа по обеспечению безопасности туристов в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов. Контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных с туристом договорах. Изучает жалобы и претензии туристов к

качеству туристических услуг, принимает меры по проведению корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Ведет установленную отчетность.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; географию стран мира; справочники, периодические издания, научные публикации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др., туристические каталоги; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров; принципы определения стоимости туров; правила бронирования билетов и услуг; правила страхования туристов; порядок работы консульско-визовых служб, правила и порядок оформления документов для получения виз; схемы работы с отелями, гостиницами, компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; теорию межличностного общения; порядок оформления договоров и заключения контрактов; технику приема контрагентов и проведения переговоров; протокол и этикет; иностранный язык; справочники, периодические издания и научные публикации по туризму, туристические каталоги; правила оформления туристической документации (туристических путевок, страховых полисов и др.); основы делопроизводства; основные требования к оформлению туристической документации; методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров; основы экономики, организации труда и управления; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Специалист по туризму I квалификационной категории: высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста по туризму II квалификационной категории не менее 2 лет.

Специалист по туризму II квалификационной категории: высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста по туризму не менее 2 лет.

Специалист по туризму: высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы, высшее образование и переподготовка в сфере туризма без предъявления требований к стажу работы либо среднее специальное образование и стаж работы в туризме не менее 1 года.

ЭКСКУРСОВОД

Должностные обязанности. Предоставляет клиентам экскурсионные услуги в соответствии с утвержденными руководителем туристического предприятия маршрутами, технологическими картами и иными документами, предусмотренными законодательством. Постоянно работает над своевременным обновлением индивидуальных текстов экскурсий, используя новые материалы, архивные документы, статистические данные; обновляет "портфель экскурсовода". Вносит предложения по разработке новых маршрутов, участвует в разработке и освоении новых тем экскурсий. Принимает участие в разработке рекламных материалов, каталогов, брошюр и пр.; в выработке концепции продвижения экскурсионных программ. Участвует в проведении мероприятий по продвижению экскурсионных услуг (рекламных кампаний, презентаций, выставок, ознакомительных туров и пр.). Систематически совершенствует свой профессиональный уровень, участвует в разработке новых форм и методов проведения экскурсий, в прослушивании экскурсий других экскурсоводов, изучает опыт их работы, участвует в работе различных конференций, семинаров. Использует дифференцированный подход к проведению экскурсий для различных категорий населения. Инструктирует туристов о правилах поведения и мерах по обеспечению

безопасности туристов в транспорте, на маршруте, в музеях, на остановках, при осмотре памятников и т.п. При заболевании туристов, травмах сообщает руководству туристического предприятия о происшедшем, организует оказание первой медицинской помощи. Координирует поведение экскурсантов при чрезвычайных ситуациях, сообщает о возникновении таких ситуаций, вызывает при необходимости и возможности спасателей или другую помощь. Оформляет в установленном порядке документы на обслуживание на маршруте. Организует бережное отношение экскурсантов к санитарно-экологическому состоянию окружающей среды на маршруте. Анализирует замечания и предложения экскурсантов относительно качества предоставляемых экскурсионных услуг, вносит предложения по их совершенствованию. Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов. Ведет установленную отчетность.

Должен знать: нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности; методику создания и проведения экскурсий; технику проведения экскурсий; технологическую документацию по экскурсионной работе; географию, историю, архитектуру, религии, достопримечательности, социально-экономическое устройство Беларуси; теорию межличностного общения; основные концепции и принципы организации туристической индустрии; основы туристического права; основы маркетинга и менеджмента; терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии; протокол и этикет; правила оформления туристической документации; основы делопроизводства; основные требования к оформлению туристической документации; методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров; основы трудового законодательства; правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования.

Экскурсовод I квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода и стаж

работы в должности экскурсовода II квалификационной категории не менее 2 лет.

Экскурсовод II квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода и стаж работы в должности экскурсовода не менее 2 лет.

Экскурсовод: высшее либо среднее специальное образование без предъявления требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учреждения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода.

МОРАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЙ КОДЕКС

СОТРУДНИКА

ООО «Ural Travel»

РАЗДЕЛ I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1.

Морально-этический Кодекс представляет свод положений, определяющих требования, предъявляемые к личности сотрудника и его поведению. Он составлен в соответствии с нравственной сутью Компании и нормами юридической этики, направленными на утверждение Справедливости, Добра, Гуманизма, Человеколюбия и решение главной задачи функционирования Компании — удовлетворение социальных и экономических интересов учредителя и работников Компании.

Настоящий Кодекс представляет собой нравственный ориентир для сотрудников ООО «Ural Travel» (далее – Компания).

Статья 2.

Основными задачами деятельности Компании являются:

- извлечение прибыли;
- удовлетворение спроса потребителей в туристических продуктах;
- удовлетворение интересов собственника и работников Компании.

Статья 3. Основные термины, используемые в настоящем Кодексе, и их определение

1. «Мораль» – это определенная форма общественного сознания, совокупность социальных правил и норм поведения, которыми люди руководствуются в своей жизни на основе оценки человеческого поведения с точки зрения Добра и Зла, Справедливости и Несправедливости, способности жить и работать по Совести, Чести.

2. «Этика» – учение о морали, о нравственном воспитании личности.

3. «Честь» – внешнее признание поступков человека, его заслуг, проявляющееся в почитании, авторитете, славе.

4. «Достоинство» – категория этики, означающая особое моральное отношение человека к самому себе и отношение к нему со стороны общества, окружающих, основанное на признании ценности человека как личности.

5. «Совесть» – выражение способности личности осуществлять нравственный самоконтроль, формировать для себя нравственные обязанности, требовать от себя их выполнения, производить самооценку совершаемых поступков.

РАЗДЕЛ II. ЭТИЧЕСКИЕ ПРЕДПИСАНИЯ

Статья 4.

Работник Компании обязан чтить Конституцию и соблюдать законы Российской Федерации, правила внутреннего распорядка Компании.

Статья 5.

Незыблемым правилом является уважительное отношение работника к своим коллегам и руководителю.

Статья 6.

Работнику Компании следует относиться с уважением к любому клиенту независимо от его происхождения и национальности, его социального статуса, политических, религиозных или мировоззренческих убеждений.

Статья 7.

Работник Компании не должен допускать распространения коммерческой информации и другие конфиденциальные сведения о работе Компании, а также не должен участвовать в несанкционированных собраниях, демонстрациях, митингах, пикетах, акциях и шествиях.

Статья 8.

В целях поддержания чести и достоинства работнику Компании необходимо быть:

- образцом скромности, порядочности, моральной чистоты;
- честным в мыслях и поступках;
- вежливым, тактичным, обходительным, соблюдать нормы этикета и такта;
- правильно воспринимать критику, уметь признавать ошибки;
- добросовестным, принципиальным и независимым;
- примером для других, сохранять выдержку, проявлять самоконтроль и терпимость.

Статья 9.

Работнику следует быть осмотрительным в выборе друзей и знакомых, избегать связей, которые могут его скомпрометировать, не допускать действий и поступков, порочащих как самого работника, так и Компанию.

Статья 10.

Работнику необходимо постоянно расширять свой кругозор, повышать уровень квалификации, быть всесторонне развитым, а также сочетать высокую организованность в работе с исполнительностью и инициативностью, свято беречь имущество Компании и приумножать благосостояние Компании.

Статья 11.

Каждый работник должен стремиться к здоровому образу жизни, заниматься спортом, минимизировать случаи заболевания и не выходов по данной причине на работу.

Статья 12.

Работник Компании обязан:

- соблюдать Устав и Правила внутреннего распорядка Компании и в полном объеме выполнять должностные обязанности;
- ответственно относиться к выполняемой работе, не допускать нарушений трудовой дисциплины;
- защищать интересы Компании.

Статья 13.

Работник должен заботиться о престиже Компании и защищать ее интересы, в том числе воздерживаться от действий, которые могут вызвать сомнение в добросовестном исполнении своих обязанностей, а также избегать ситуаций, которые могут нанести ущерб имиджу Компании.

Статья 14.

Работник должен бережно относиться к имуществу Компании, соблюдать чистоту и порядок во всех помещениях, а также на своем рабочем месте.

Статья 15.

Во всех случаях работник должен вдумчиво относиться к своим поступкам, предвидеть их возможные последствия.

РАЗДЕЛ III. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 16.

В настоящий Кодекс могут быть внесены изменения и дополнения с соблюдением установленной процедуры.

Директор

С.В. Габрусев