## 1 Организационно-правовой статус предприятия

Туристическое агентство "Путевка" основано в 2002 году. Одним из направлений своей деятельности компания выбрала обучение за рубежом. За эти годы надежными и лучшими партнерами турфирмы стали языковые школы, где уровень преподавания и предлагаемые услуги высокого уровня.

По мере развития туристического агентства «Путевка» появилась необходимость выделить международный туризм.

В настоящее время туристическое агентство работает по странам Европы, Азии, Африки, Южной Америки, Австралии и Океании.

«Путевка» предлагает туры и отдых в 20 странах мира, обучение за рубежом, курсы иностранного языка в семи странах мира, каникулы для детей и студентов, а также всегда в наличии горящие туры.

Подходы «Путевкар» к работе с клиентами и предлагаемым услугам новы и максимально эффективные. Сотрудники турагенства работают оперативно и точно. Оформление поездки каждого клиента осуществляется в максимально сжатые сроки.

С помощью сайта все путешествующие могут найти полную информацию по странам и городам, в которые они направляются. В ближайшем будущем появится алгоритм расчета стоимости отдыха и рейтинг курортов.

В целях защиты прав и интересов туристов осуществляются лицензирование, стандартизация туроператорской и турагентской деятельности, а также объектов туристической индустрии, сертификация туристического продукта.

Порядок выдачи, условия действия, порядок приостановления и прекращения действия лицензии на осуществление туристической деятельности устанавливаются законодательством Украины

Отказ туроператора или турагента от обязательной сертификации туристического продукта, отрицательный результат сертификации туристического продукта, а также аннулирование действия сертификата соответствия влекут за собой приостановление или прекращение действия лицензии на осуществление туристической деятельности.

Порядок лицензирования турагентской и туроператорской деятельности, осуществляемой на территории Украины юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, регулируется действующим законодательством, а именно:

- Закон Украины"О лицензировании отдельных видов деятельности" от 8 августа 2001 г. N 128-ФЗ;

- «Положением о лицензировании турагентской деятельности» от 11.02.2002 г. № 95.

Чтобы получить лицензию, организация должна соблюсти ряд условий. В целом они одинаковы и для туроператоров и для турагентов. И те и другие туристические фирмы должны:

— иметь сертификат соответствия туристских услуг требованиям безопасности;

— раз в три года направлять своих сотрудников на курсы повышения квалификации;

— информировать туристов обо всех особенностях поездки и правилах пребывания в той стране, куда они отправляются;

— прежде чем организовывать тур, заключать со всеми клиентами договоры;

— предоставлять клиентам информацию о местонахождении и режиме работы фирмы, о фамилиях, именах и отчествах работников, которые отвечают за то или иное направление туристической деятельности, а также о наличии лицензий и сертификатов.

Кроме того, туроператору необходимо иметь в штате не менее семи работников, которые занимаются непосредственно организацией туров и реализацией путевок, а 30 процентов из них должны иметь либо стаж работы в туризме не менее пяти лет, либо специальное образование в области туризма (высшее, среднее или дополнительное).

Сколько работников, занимающихся непосредственно туристическими операциями, должно быть у турагента, Постановление «О лицензирование турагентской деятельности» не устанавливает. Однако на практике, число штатной численности работников не может быть менее трех человек, причем не менее 20 процентов сотрудников турагента должны иметь специальное образование в области туризма (высшее, среднее или дополнительное) или с опытом работы в туризме не менее трех лет.

И, наконец, особое внимание уделяется руководителю туристической фирмы или руководителю структурного подразделения, осуществляющего туроператорскую или турагентскую деятельность. Руководитель обязательно должен иметь специальное образование в области туризма (высшее, среднее или дополнительное), а так же опыт работы в туризме не менее пяти лет — для туроператора, и не менее трех лет — для турагента.

### 2. Виды деятельности предприятия. Их характеристика

Услуги туристического агентства «Путевка» разнообразны и основные из них представлены ниже:

1. подбор и бронирование отелей, авиабилетов, железнодорожных билетов, оптимизация перелета, подбор экскурсий и маршрутов;

2. содействие в оформлении выездных документов: виз, страховки (медицинской, от несчастных случаев, от утери багажа, от невыезда за рубеж);

3. оформление международных удостоверений для школьников и студентов - ISIC, для преподавателей - ITIC, для молодежи до 26 лет - ISTC.

4. языковая поддержка на протяжении всего путешествия тем, кто не владеет английским языком.

Вместе с турагентом «Путевкар» клиенты могут посетить самые интересные уголки мира, для клиентов откроются красоты Африки, сафари и охота в ЮАР, водопады и нетронутая природа "черного" континента, изысканный комфорт и традиции Европы, шоппинг в Италии, экскурсии по замкам крестоносцев Мальты, курорты и достопримечательности Прибалтики, прелести морских курортов Египта, Арабских Эмиратов, Кипра, Турции и островов Индийского океана.

Для клиентов подготовлены экскурсионные и шоптуры по самым интересным городам, есть возможность организовать корпоративные мероприятия и отдых для сотрудников предприятий, подобрать индивидуальные или семейные маршруты для путешествия.

Одни из наиболее востребованных стран, куда чаще всего выбираются на отдых жители нашего полуострова, представлены ниже:

1. Китай

2. Таиланд

3. Турция

4. Египет

5. Страны Европы

6. Скандинавия

7. Вьетнам

8. Прибалтика

9. Япония

### 3 Организационная структура управления предприятием

В повседневной практике иногда бывает очень трудно определить четкое различие между туроператором и турагентом, так как оба вида фирм могут решать сходные задачи.

Тем не менее, основной задачей турагентов, является реализация туров, сформированных туроператорами, на условиях комиссионного вознаграждения, в то время как, туроператоры, занимаются комплектацией туристического продукта, состоящего не менее чем из трех услуг; размещение, транспортировка туристов и любая другая услуга, не связанная с первыми двумя.

Туристическая организация «Путевка» является одновременно и турагентом и туроператором. То есть, фирма разрабатывает маршруты как туроператор, и продает их туристам и другим агентствам, в то же время, «Путевка», как турагент, приобретает туры у других фирм, и так же продает их туристам.

Обязанности руководителя туристическойорганизации:

1. иметь сертификат соответствия туристских услуг требованиям безопасности;

2. раз в три года направлять своих сотрудников на курсы повышения квалификации;

3. необходимо иметь в штате не менее семи работников, которые занимаются непосредственно организацией туров и реализацией путевок, а 30 процентов из них должны иметь либо стаж работы в туризме не менее пяти лет, либо специальное образование в области туризма (высшее, среднее или дополнительное).

4. руководитель обязательно должен иметь специальное образование в области туризма (высшее, среднее или дополнительное), а так же опыт работы в туризме не менее пяти лет

5. проверять правильность оформления договоров

6. проведение разбирательств при форс-мажорных обстоятельствах

7. иметь сертификат соответствия туристических услуг требованиям безопасности;

8. иметь достоверную и полную информацию об условиях и правилах пребывания в каждой конкретной стране;

Обязанности менеджеров по туризму агентства «Путевка»:

1. информировать туристов обо всех особенностях поездки и правилах пребывания в той стране, куда они отправляются;

2. прежде чем организовывать тур, заключать со всеми клиентами договоры;

3. предоставлять клиентам информацию о местонахождении и режиме работы фирмы, о фамилиях, именах и отчествах работников, которые отвечают за то или иное направление туристической деятельности, а также о наличии лицензий и сертификатов.

Персонал туристической организации «Путевки» отвечает следующим требованиям:

• знание основных документов Украинского законодательства в сфере туризма и потребителях туристских услуг закон от 24 ноября 1996 г.

• знание закона « Об основах туристской деятельности в Украине», закона Украины « О внесении изменений и дополнений в закон о защите прав потребителей»

• знание Международных договоров в Украине в сфере туризма.

• знать Международные документы сферы туризма, система международных стандартов.

• знать Нормативные документы, определяемые требования к безопасности туристских маршрутов ГОСТ У 50644-94, ГОСТ У50681-94, ГОСТ У 60690-94.

• Знать иностранный язык в объеме, соответствием выполняемой работе.

• Знать методы управления, основ педагогической деятельности и психологи личности, умение организовывать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в условиях противоречивых требований, а также готовность к кооперации с коллегами по работе.

• Уметь дать четкие, точные ответы на поставленные посетителем вопросы.

• Владеть информацией, необходимой для потребителя.

• Повышать свою квалификацию на курсах, семинарах, ездить в рекламно- информационные туры.

• Знать должностные обязанности:

1. работа с украинской и зарубежной клиентурой.

2. ведение делопроизводства (умение на научной основе организовывать свой труд, владение компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации, применяемыми в сфере туристской деятельности.)

3. использование офисной оргтехникой (телефоном, факсом, ксероксом, персональным компьютером)

4. владение деловой корреспонденцией

5. использование специализированной справочной литературы

6. предоставление информации клиентам.

7. формирование туристского продукта.

8. оформление турпакета

9. бронирование, подтверждение и оформление услуг.

10. маркетинг и реклама.( маркетинговые исследования в туристской индустрии, проведение рекламных кампаний, презентаций, составление и дизайн рекламных материалов, владение методикой распространения рекламных материалов и продвижения турпродукта, культура межличностного общения)

11. продажа туристского продукта.

Туристическая организация «Путевка» имеет бухгалтера, который занимается всеми вопросами связанными с бухгалтерией, налогообложением, маркетингом и менеджментом. Также бухгалтером производится начисление заработной платы сотрудникам предприятия.

### 4 Технологическое управление производством

Сперва требуется проанализировать функционирование системы качества со стороны руководства.

Систему качества, разработанную в соответствии с требованиями стандарта должно периодически анализировать руководство туристической организации, для того чтобы можно было убедиться, что она удовлетворяет установленным требованиям и эффективна. Результаты подобных анализов используют для подтверждения достижения требуемого качества и эффективности функционирования системы.

Анализ, проводимый руководством туристического агентства «Пасифик-Тур», включает оценку результатов внутренних проверок, проводимых непосредственно руководством или представителем руководства, ответственным за функционирование системы.

Туристическая организация должна разработать и поддерживать в рабочем состоянии документально оформленную систему качества, обеспечивающую соответствие оказываемой услуги установленным требованиям. Эта система включает:

а) подготовку документально оформленных процедур управления качеством в соответствии с требованиями настоящего стандарта;

б) эффективное применение документированных процедур и инструкций системы качества»

Соответствие системы качества установленным требованиям обеспечивается:

а) Наличием планов и руководства по качеству;

б) определением и приобретением необходимого контрольно-измерительного и технологического оборудования, технологической оснастки, материальных ресурсов и подбором квалифицированных кадров для обеспечения требуемого качества услуг;

в) определением приемлемых стандартов с точки зрения заложенных в них показателей и требований, включая требования, содержащие субъективный элемент (социологическая оценка удовлетворенности потребителя качеством услуги);

г) обеспечением соответствия процессов проектирования, предоставления услуги и контроля требованиям документации;

д) подготовкой отчетов по качеству.

Рассмотрим процедуры разработки, ведения и обеспечения документацией.

Туристическая организация «Путевка» должна установить процедуры разработки, ведения и обеспечения всеми документами и данными, относящимися к системе.

Документация должна быть рассмотрена и утверждена полномочным лицом до её введения в действие.

Все составляющие, требования и положения системы качества, принятые туристической организацией, должны быть систематически и упорядоченно документированы в виде планов, методик, стандартов предприятий, инструкций и протоколов.

Туристическая организация должна установить и поддерживать в рабочем состоянии процедуры ведения всех необходимых документов и форм, банка данных, относящихся к требованиям данного стандарта. Такие требования должны обеспечивать:

а) предоставление документов на все производственные участки, где выполняются работы, обеспечивающие эффективное функционирование системы качества;

б) своевременное изъятие устаревшей документации;

в) включение изменений в документацию.

Следует разрабатывать основной перечень процедур, определяющих порядок постоянного пересмотра документов.

Туристическая организация «Путевка» должна осуществлять внутренние проверки качества с целью проверки соответствия деятельности в области качества запланированным мероприятиям и определения эффективности функционирования системы качества. Проверку следует планировать на основе состояния и важности различных видов деятельности. Проверки и последующие мероприятия следует проводить в соответствии с документально оформленными процедурами. Результаты проверок следует оформлять документально и доводить до сведения персонала, ответственного за проверенный участок работы. Руководство, ответственное за этот участок, должно осуществлять своевременные корректирующие мероприятия и устранять недостатки, выявленные в процессе проверки.

Корректность действия следует при обнаружении ненадлежащего качества предоставляемой услуги, применении несоответствующего оборудования и документации, нарушении технологического процесса, условий и сроков предоставления услуги.

Также туристическая организация «Путевка» должна разрабатывать и поддерживать в рабочем состоянии процедуры определения потребностей и проведения обучения всего персонала, ответственного за работы, влияющие на качество.

Персонал, ответственный за эту работу, должен иметь соответствующую квалификацию (подтвержденную аттестатом, тестированием), знания и опыт, отвечающие установленным требованиям. Данные об обучении следует регистрировать.

Все зарегистрированные данные о качестве должны быть легко читаемы и относиться только к определенной услуге. Сроки хранения зарегистрированных данных должны быть предоставлены в письменном виде.

Общее направление качества в турагенстве «Путевка» формулируется в виде цели в стратегическом планировании деятельности туристского предприятия.

Внутрифирменные процедуры и ответственность в виде тактичных действий выражаются в структуре ответственности руководящего и исполнительного персонала.

Рабочие инструкции составляются в виде должностных и производственных инструкций, памяток для исполнительного персонала.

Документированный контроль, виды, сроки отчетов и их формы разрабатываются в виде определенных, специально разработанных профессиональных бланков для оценки различных участков и видов работ. Могут быть разработаны формы внесения предложений по изменению и улучшению процесса производства и обслуживания и.т.п.

Все эти формы в туристическом агентстве «Путевка» постоянно работают и имеют положительный результат.

В фирме установлена строгая ответственность за работу с такими документами, как предложения исполнителей того или иного участка обслуживания ( гидов, методистов, агентов, младших менеджеров.), чтобы программа по улучшению качества туристского продукта постоянно работала.

Для этого в такие формы вносятся специальные разделы и не только для исполнителей, но и для руководителей среднего и высшего уровня, определяющие иерархию и сроки ответственности по принятию решений и отчетности по ним.

Итак, исходя из всего изложенного, можно определить стратегическое направление работы по обеспечению системы качества туристского обслуживания в «Путевке»:

• Соотнесение оценок качества исполнителя, турагента (партнера) и потребителя;

• Организация системы качества, включающей в структуру и иерархию ответственности, методы контроля и подготовку квалифицированного персонала по качеству;

• Документированный контроль, основанный на постоянной обратной связи по предложениям и новшествам.

Основные различия между рекламой и стимулированием сбыта заключается в их методах обращения и ценности, которую они добавляют продукту или услуге. В то время как реклама занимается созданием имиджа, и ей на это требуется время, управление каналами сбыта занимается стимулированием, ведущим к немедленному действию, предпочтительно - продаже. С другой стороны, они выполняют общие задачи, которые заключаются в увеличении количества потребителей и большем использовании тур продукта потребителями.

Поддержка продаж - это предложение дополнительного мотива для покупки. Ее главное преимущество заключается в многообразии и гибкости методов. Чаще всего для продвижения тур фирмами используются различные скидки. "Пасифик-Тур" предлагает следующую систему скидок:

- скидки на праздники

- семейные скидки

- групповые

- детские

- специальные (для тех, кто владеет купоном на скидку или для клиентов, которые приводят в фирму нового клиента)

- прочие.

Другим эффективным способом продвижения тур продукта являются различные конкурсы и лотереи. Эти стратегии привлекают людей, обещая бесплатную выгоду и предлагая впечатляющие призы. В 2004 году "Путевка"' наладила сотрудничество с газетой. Они провели совместную игру, посвященную туризму, и беспроигрышную лотерею.

Различная печатная продукция используется тур фирмами для стимулирования продаж непосредственно в офисе. В тот момент, когда клиент колеблется в выборе тур агента, места отдыха, гостиницы или вида транспорта подтолкнуть его к покупке поможет красочный проспект, обрисовывающий все преимущества данного места отдыха, гостиницы и т.д. Различные календари, стенды, брошюры, журналы и каталоги собственного издания не только привлекают клиента своим внешним видом, но и предлагают более подробную информацию о маршруте. Их производство относительно недорого - зависит от количества печатаемой информации, стоимости бумаги, стоимости печатных средств, зарплаты оформителей. Возможен заказ такой продукции в специализированных фирмах, что гораздо выгоднее при единичных экземплярах или малыми партиями.

Следующим этапом управлением канала сбыта является участие в работе различных туристических выставок, ярмарок. Выставки и ярмарки имеют огромное значение с точки зрения поиска партнеров и установления деловых связей. Данный вид продвижения относится к стимулированию сбыта, направленному на посредников.

Отдельной страницей управлением канала сбыта хочется выделить

интерактивное продвижение. Помимо Internet оно включает программы теле маркетинга, пейджинговые сообщения, предварительно оплаченные телефонные карты.

Однако кибермаркетинг все еще находится на стадии эксперимента, весьма далекой от точных оценок. Все-таки главный эффект наличие интернет-странички оказывает на формирование имиджа тур компании в глазах потенциальных потребителей. А это относится скорее к области PR.

Хорошее отношение общественности - величайшее преимущество организации, какое только у нее может быть. Положительно настроенная по отношению к фирме и хорошо информированная общественность является одним из решающих факторов выживания фирмы.

PR - представляет собой использование информации для влияния на общественное мнение. От рекламы PR отличаются тем, как используются средства массовой информации, и с какой долей достоверности они воспринимаются. Конечно, PR и реклама должны дополнять друг друга в рамках единой стратегии.

Арсенал инструментов для связей с общественностью широк и разнообразен. Какие же из них можно предложить к применению тур фирмам?

Во-первых, пресс-релиз. Для каждого СМИ пресс-релиз пишется отдельно и не содержит прямого призыва к покупке услуг конкретной тур компании. Обычно это статья в газете, посвященная теме туризма или какой-то конкретной стране, где вскользь упоминается название тур фирмы и предложение купить поездку в эту страну. Метод пресс-конференции очень близок к вышеописанному, нор малоприменим в области туризма, тем более для малых тур фирм. Он требует серьезных денежных затрат, определенных навыков проведения таких мероприятий и опыта работы с репортерами.

Гораздо более распространен в туристической среде метод связи с общественностью с использованием видеофильмов. Как правило, это цикл телевизионных передач, посвященных путешествиям и туризму, в которых указывается название и телефон фирмы, предлагающей туры в какую-либо обсуждаемую страну.

Сравнительно новым видом PR стали почтовые открытки. Туристическая компания поздравляет своих постоянных клиентов с каким-либо праздником. Это дешевое средство пригодиться и для поддержания хороших отношений с клиентами, и для саморекламы. Турагенство "Путевка", например, периодически информирует клиентов с помощью таких писем о новых турах и снижениях цен. Таким образом, из области PR почтовые открытки переходят в область почтовой рекламы.

### 5. Стратегия обслуживания

Менеджмент обслуживания направлен на выполнение основной производственной задачи туроператора -качественное предоставление туроператорских услуг. Это требует выполнения всех специфических требований, диктуемых потребностями рынка и безопасностью туристов. Необходимо учитывать особенности обслуживания, входящие в понятие гостеприимства.

Каждое предприятие разрабатывает свою стратегию обслуживания - это план действий, который определяет, как оно будет конкурировать на соответствующем рыночном пространстве.

Стратегия обслуживания туристов в агентстве «Путевка» затрагивает три главных компонента любого предпринимательства:

1.Потребности клиентов - Какие нужды и затраты потребителей мы обслуживаем?

2.Способность кампании - Обладаем ли мы достаточными знаниями и удовлетворить эти опытом, чтобы обслуживать лучше, потребности. чем кто-либо?

3.Долгосрочная прибыль - Как мы должны обслуживать, чтобы иметь компании доход, позволяющий нам длительное время быть конкурентоспособными и получить достаточную прибыль на вложенный капитал?

Стратегия обслуживания - это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических целей в обслуживании, достижение которых служит формированию положительного имиджа туроператора, постоянной клиентуры и устойчивой финансовой позиции на рынке.

В данном случае следует обратить внимание на основные составляющие менеджмента обслуживания туристов, обеспечивающие приоритеты в работе туроператора.

1. Информация. Как уже говорилось, обслуживание туристов начинается с продажи туров. Поэтому исчерпывающая информация и достоверная информация как для туристов, так и для партнеров-агентов-одна из основных стратегических задач менеджмента обслуживания. Потребление туристского продукта (его цель, условия, содержание, цены и уровень обслуживания) должно быть ясным как продающему его турагенту, так и приобретающему туристу. Для обеспечения всего этого необходимо иметь для клиентов и партнеров-турагенств такие вещи, как каталоги, наглядные схемы маршрутов, карты местностей отдыха и. т. п. тарифные справочники цен на различные туристские услуги; буклеты, знакомящие с достопримечательностями и объектами для отдыха; условия страхования туристов и транспортных средств и пр.

2. В функции туроператора входит необходимость обеспечевания постоянной оперативной связи с поставщиками услуг. Поэтому настольными книгами в офисе туроператора всегда являются адресные, телефонные, телефаксные справочники, рекламно-инфармационные буклеты, справочники отелей, расписания рейсов транспортных средств и. т. п. Эта информация может содержаться в виде баз данных в компьютерном варианте

3. На маршрутных турах с целью контроля необходимо обеспечивать связь с туристами через сопровождающего или гида, а также регистрацию данных об отправляющихся в путешествие туристах.

4. Предоставление страховых гарантий туристам в пределах определенных правил. Задача - выбор наиболее надежного и выгодного для туристов страховщика.

5. Соблюдение технологических особенностей тура, связанных с местом путешествия, спецификой обслуживания, а также с пожеланиями клиентов.

На каждом конкретном маршруте - своя специфика. Однако существуют и общие рекомендации по технологии обслуживания туристов на турне:

• четкое соответствие предоставляемых услуг оплаченному набору;

•соответствие рекламируемого уровня обслуживания декларированному при продаже тура;

• целевая адресная направленность туров по содержанию;

• четкое и своевременное предоставление услуг;

• оптимальность программы обслуживания;

• анимация обслуживания.

Стратегическими направлениями в обслуживании туристов у турагентства «Путевка» являются и такие, как качество и культура обслуживания, информированность и насыщенность программ, ненавязчивость сервиса и. т. д.

Стратегия обслуживания также опирается на определенный целевой рынок. Например, специфика обслуживания японских туристов отличается от специфики обслуживания европейцев. Различаются по своей специфике и программы обслуживания лиц «третьего возраста» и подростков, экономические молодежные туры и эксклюзивные VIP-программы.

## 6. Производственные ресурсы предприятия. Их характеристика

К основным средствам туристической фирмы «Пасифик-Тур» руководство фирмы относит:

1. Помещение туристической организации «Путевка»

2. Средства печатной рекламы

3. Офисная мебель и техника

4. Наружная реклама

5. Транспортные средства

6. Производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности

В туристической организации «Путевка» широкое распространение получили информационные технологии.

Применение информационных технологий ориентировано в первую очередь на автоматизацию профессионального труда конкретных специалистов. Решается эта задача за счет использования современных технических средств обработки, хранения и передачи информации. Они выбираются исходя из объема и сложности выполняемых на предприятии задач, уровня развития информационных технологий в данной сфере человеческой деятельности. Можно предложить следующий подход к классификации технических средств, используемых в современном офисе туристского предприятия «Путевка»:

• компьютеры;

• сетевое оборудование;

• средства коммуникации;

• устройства ввода- вывода информации;

• устройства хранения информации;

• устройства мультимедиа и виртуальной реальности;

• оргтехника;

• дополнительные средства;

Для обеспечения функционирования технических средств и решения с их помощью задач пользователя необходимо соответствующе программное обеспечение. В фирме «Пасифик-Тур» используют такие компьютерные программы как: Microsoft World, Microsoft Excel, Microsoft Out look, Out look Express, Microsoft Power Point, Internet. Microsoft Out Look и Out Look Express предназначены для работы с электронной почтой, эти программы можно использовать для чтения групп новостей или групп обсуждений.

Работа групп новостей осуществляется через сервер новостей. Эти программы включают в себя адресную книгу, которая включает в себя широкие возможности управления контактными данными, включая в создание групп и папок для сортировки сообщений и размещении адресов электронной почты.

Адресная книга обеспечивает доступ к каталогам Интернета. Каталоги Интернета упрощают процесс поиска обычных адресов электронной почты. В программе адресной книги уже настроен доступ к нескольким каталогам. В этих программах реализованы следующие функции:1. Уведомление о прочтении сообщений (в отправляемые сообщения можно включать запросы, уведомление о прочтении, которое отправляется после открытия сообщения получателя).

2. Улучшенная многоязыковая поддержка (возможность работать с файлами в названии которых используются символы разных языков).

3. Безопасная почта.

4. Работа с почтовой службой сети Microsoft.

5. новые бланки. Более десятка новых бланков используется при создании сообщений.

6. окно контактов (адреса)

7. использование нескольких подписей.

8. черновики и отправление сообщения.

9. отсеивание нежелательных сообщений.

Подключение к Интернету дает туристскому предприятию «Путевка»:

• организация виртуального офиса;

• продажа своих услуг в режиме on lain;

• быстрый и удобный доступ к различным справочным материалам (каталогам, справочникам, энциклопедиям).

• Работа с клиентами из территориально отдаленных регионов;

• Доступ к удобной и дешевой системе коммуникаций (электронная почта, цифровая телефонная связь, видеотелефон).

• Бронирование номеров в отелях и билетов при помощи Интернета.

• Реализация эффективной рекламы;

• Проведение маркетинговых исследований в сети;

• Участие в электронных ярмарках, выставках, биржах, аукционах4

• Безналичные дистанционные взаиморасчеты;

• Работа в оперативном режиме 24 часа в сутки, 365 дней в году;

• Использование электронных баз данных с информацией по странам и направлениям, получение оперативного прогноза в различных странах мира, расписания движения различных видов транспорта;

• Получение оперативной информации по тарифам и ценам для отелей, ресторанов, различных перевозчиков и другим туристским услугам;

• Поиск партнеров;

• Анализ эффективности принятой рекламной стратегии.

Для упрощения работы с клиентами разработан специальный механизм шаблонных путевок. Для этой цели использован специальный документ «Шаблонная путевка». В этот документ заносятся стандартные туры, которые могут быть как сезонными, так и круглогодичные. Например, такие туры, как «Новый год на Ай-Петри» или «Детский отдых в пионерлагере» являются сезонными, а тур «Отдых в санатории Форос» является круглогодичным. Для создания нового шаблона необходимо ввести новый документ «Шаблонная путевка» и заполнить необходимую информацию: длительность, количество туристов, базу размещения, класс номера, питание, если необходимо: создание визы, авиаперелет, трансфер, лечение, экскурсии.

Цена шаблонной путевки будет скалькулирована автоматически исходя из перечня и объема входящих в нее услуг.

Работа с клиентами начинается с оформления документа Заявка на тур. Туда вводится все пожелания клиентов, а также данные по туроператору, плательщику, шаблонная путевка, срокам и суммам оплаты. В заявку попадает и дополнительная информация, как, например, статус заявки, уведомлен ли клиент о подтверждении его заявки, какой график оплаты, дополнительные пожелания клиента и тому подобное.

На основании введенной заявки есть возможность автоматического формирования путевки. В путевку попадает вся информация о туристах, дате начала, длительности тура, а также все услуги из шаблонной путевки. Перечень услуг может быть скорректирован в соответствии с индивидуальными пожеланиями заказчика. Здесь же есть возможность формирования счета поставщику на услуги. Также есть возможность распечатки путевки.

На основании заявки может быть сформирован счет заказчику.

Для бронирования номеров предусмотрен механизм графического управления расселением. Выбрав нужный корпус и нужный интервал дат, менеджер видит на графике все занятые и свободные номера корпуса, их характеристики, а также состояние заявок (выделены разным цветом). Прямо на форме графика есть возможность бронирования номеров.

Основным видом рабочей профессии в туристической организации «Путевка» являются менеджеры по туризму в составе 5 человек. В турагенстве имеется бухгалтер и непосредственно директор «Путевка».

Для сотрудников предприятия раз в два года организуется аттестация персонала. Режим работы сотрудников с 10 до 20 часов. Менеджеры по туризму имеют «плавающий» выходной раз в неделю бухгалтер имеет два выходных в неделю. Имеется и обеденный перерыв, для одной части сотрудников с 12 до 13, для остальных сотрудников с 13 дол 14 часов. Сотрудникам предоставляется отпуск в размере 21 рабочего дня раз в год. Сотрудники турагентства могут с большой скидкой поехать в свой отдых зарубеж, но при этом отпуска в «горячие» сезоны, то есть лето, новый год и остальные праздники не предоставляются.

На предприятии «Путевка» используется повременно-премиальная система оплаты труда. Повременная оплата труда применяется в сочетании с премиальной системой, принятой в организации в соответствии с положением о премировании, в котором установлены конкретные показатели и условия начисления премиальным сумм. Для еще большей заинтересованности работника в увеличении производительности труда устанавливают прогрессивную шкалу расценок : чем выше процент перевыполнения нормы, тем больше каждая последующая расценка отличается от предыдущей.

Под премированием работников на предприятии «Путевка» понимается выплата работникам денежных сумм сверх основного заработка в целях поощрения за достижение определенных результатов в продаже туристического продукта, а также в целях стимулирования дальнейшего возрастания этих результатов.

Таким образом, премирование в туристическом агентстве «Путевка» можно рассматривать как разновидность стимулирующих доплат и надбавок.

Система премирования разрабатывается отделом труда и заработной платы и утверждается руководителем предприятия. Положение о премировании является самостоятельным локальным нормативным актом организации.

От стимулирующих премий, предусмотренных системой оплаты труда, принятых в агентстве «Путевка», следует отличать поощрительные премии, выплачиваемые вне системы оплаты труда в качестве награды для отличившихся работников.

В туристической фирме «Пасифик-Тур» нашла широкое применение повременно-премиальная система оплаты труда. Оплата труда работника определяется в соответствии с его квалификацией и количеством отработанного рабочего времени. Такая система оплаты труда применяется тогда, когда труд работника невозможно нормировать.

Для определения часовой тарифной ставки менеджеров по туризму необходимо произвести следующее действие: Месячную тарифную ставку менеджера оп туризму разделить на количество отработанных часов.

Количество рабочих часов в месяц июнь – 250 часов.

Месячную тарифная ставка менеджера по труизму – 1600 гривен.

Таким образом, часовая тарифная ставка менеджера по туризму составляет 6,4 гривен( за июнь месяц).

В соответствии с договором, заключенным с менеджером по туризму, нормой считается заключение 5 контрактов в месяц ( для «горячих» сезонов – 7 контрактов).

Согласно положению о премировании, принятому на предприятии, в случае перевыполнения нормы заключения договоров работнику выплачивается премия в размере 10% за каждый сверх нормы заключенный договор.

Для определения заработной платы менеджера по туризму в июне месяце, заключившего 10 контрактов с клиентами, в соответствии с повременно-премиальной системой оплаты труда необходимо :

1. Месячная тарифная ставка –1600 гривен

2. Премия – 480 гривен(30% за 3 договора сверх нормы, 30%\*1600=480 гривен)

3. Заработная плата за месяц – 1600+480=2080 гривен .

При невыполнении условий договора менеджером по туризму, то есть работник не заключает в месяц требуемого числа контрактов, сотрудник получает только месячную тарифную ставку.

С работников туристического агентства производится удержание налога на доходы с физических лиц в размере 13% от общей суммы начислений.

Ниже представлен расчетный листок менеджера по туризму за июнь 2007 года.

Для особо отличившихся работников, которые больше всех заключили контрактов с клиентами, предусмотрены поощрительные премии. К числу премий, не являющихся системными выплатам, бухгалтер «Путевка» относит премии к юбилейным датам, к профессиональным праздникам, 8 марта, 23февраля, Новому году, премии за трудовые заслуги. Выдача поощрительных премий осуществляется в денежной или натуральной форме в рамках поощрения за успехи в работе в целом, то есть объявляются благодарности, награждаются сотрудники ценными подарками, почетными грамотами.

Таким образом, главным отличительным признаком несистемных выплат является то, что они не связаны непосредственно с исполнение работником трудовых обязанностей.

Таким образом, размер дневных (часовых) тарифных ставок определятся расчетным путем исходя из установленной трудовым договором (штатным расписанием) месячной тарифной ставки.