

ОТЧЕТ  
О ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ  
на базе ООО «ВЛК-тур»

Нижний Новгород

2010 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение.....	3
1. Организационно-правовая характеристика ООО «ВЛК-тур».....	4
2. Маркетинговая политика туристической фирмы.....	10
3. Анализ международной деятельности ООО «ВЛК-тур».....	17
4. Учет, контроль и анализ финансовой деятельности ООО «ВЛК-тур».....	22
Заключение.....	25
Список литературы.....	27
Приложение.....	29

## ВВЕДЕНИЕ

Целью преддипломной практики является приобретение профессиональных навыков в области стратегического управления туристической фирмой, углубление знаний по экономике предприятия; закрепление теоретических знаний путем изучения работы турфирмы и выявления резервов улучшения использования материальных и трудовых ресурсов, повышения качества туристических услуг, приобретение практических навыков работы по избранной специальности; повышение уровня практической и общей подготовки.

В результате анализа собранного материала необходимо выявить сильные и слабые стороны анализируемого предприятия, неиспользованные скрытые резервы и наметить пути повышения эффективности его деятельности.

В качестве предприятия для прохождения практики было выбрано Общество с ограниченной ответственностью «ВЛК-тур», основное направление деятельности которого – услуги по организации выездных туров по России и за рубеж.

Целью данного отчета является: изучение и рассмотрение деятельности турфирмы ООО «ВЛК-тур» в качестве турагента.

Основными задачами, решаемыми в ходе преддипломной практики, являются:

- ознакомиться с деятельностью и структурой турфирмы,
- проанализировать маркетинговую политику туристической фирмы,
- исследование направления туров ООО «ВЛК-тур»,
- проанализировать финансовую деятельность турфирмы,
- рассмотреть используемые в ООО «ВЛК-тур» программные продукты,
- рассмотреть документы, необходимые для составления отчета,
- предложить пути по усовершенствованию деятельности турфирмы

В отчете выделяются такие структурные элементы, как: содержание, введение, основная часть, представленная пятью разделами, заключение и список литературы.

## **1. Организационно-правовая характеристика ООО «ВЛК-тур»**

Полное наименование предприятия: Общество с ограниченной ответственностью «ВЛК-тур».

Сокращенное наименование: ООО «ВЛК-тур».

Место нахождения предприятия: Нижегородская обл., г. Дзержинск, ул. Суворова 2/55.

Основные виды деятельности:

- организация туров по России,
- организация туров за рубеж,
- бронирование и продажа авиабилетов,
- бронированию отелей.

ООО «ВЛК-тур» создано в 2001 году решением 2 учредителей.

Участниками данного общества являются:

Гражданка РФ Галушко Ольга Николаевна;

Гражданка РФ Бабчук Наталья Владимировна.

Участники данной фирмы не отвечают по ее обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью турфирмы, в пределах стоимости внесенных ими вкладов в уставный капитал. Размер уставного капитала составляет 20 000 рублей, который состоит из двух долей. Номинальная стоимость и размеры долей участников следующие:

Давыдова Ольга Николаевна - 12000 рублей, что составляет 60% уставного капитала;

Лемешева Наталья Владимировна - 8000 рублей, что составляет 40% уставного капитала.

ООО «ВЛК-тур» является коммерческой организацией, основная цель которой – получение прибыли. Деятельность предприятия осуществляется в соответствии с федеральным законом «Об Обществах с ограниченной ответственностью в РФ».

Основные документы, регламентирующие деятельность ООО «ВЛК-тур»:

- Федеральный закон об основах туристской деятельности в РФ;
- Правила оказания услуг по реализации туристского продукта;
- Закон о защите прав потребителя.

Внутренние документы, регламентирующие деятельность ООО «ВЛК-тур»:

- Устав ООО «ВЛК-тур»,  
 - Приказ об Учетная политики ООО «ВЛК-тур»,  
 - Годовой бюджет разрабатывается в последнем месяце текущего года на следующий. Одновременно с ним готовится бюджет первого месяца.

- Трудовой договор является правовым актом, регулирующим трудовые, социально-экономические и профессиональные отношения на основе согласования взаимных интересов между Работодателем и наемными работниками (сотрудниками).

- Положение об оплате труда, премировании и материальном стимулировании определяет экономические и правовые основы оплаты труда сотрудников, их права на законную и справедливую оплату труда, их обязанности, а также права и обязанности администрации

- Должностные инструкции сотрудников.

Учредительным документом общества является его устав, утверждённый учредителями. Устав ООО «ВЛК-тур» содержит:

- наименование юридического лица и место его нахождения;
- порядок управления деятельностью юридического лица;
- предмет и цели деятельности;
- размер уставного капитала общества;
- состав и компетенции органов управления обществом;
- порядок принятия решений
- другие сведения, предусмотренные законом.

С момента своего открытия ООО «ВЛК-тур» имеет линейную организационную структуру управления, которая представлена на рис. 1



Рис. 1 Организационная структура ООО «ВЛК-тур»

Обязанности среди работников ООО «ВЛК-тур» распределены следующим образом:

Общее руководство туристической фирмой осуществляет директор, который заключает договора, знакомится с новинками туристического рынка, участвует в конференциях, ведет переговоры по делам агентства. Директор является главным распорядителем финансовых средств, контролирует и координирует работу агентства, контролирует все управленческие решения на всех уровнях, принимает решения о приеме на работу или увольнению сотрудников, разрабатывает программы совершенствования внутрипроизводственных отношений.

Бухгалтерия ведет всю денежную работу на предприятии, оформляет и отслеживает исполнение договоров, осуществляет все денежно-кассовые расчеты, ведет всю бухгалтерскую документацию и финансовую отчетность.

Менеджеры по продажам и методист работают по направлениям.

Согласно штатному расписанию на данный момент в турфирме заняты все вакантные места. Коллектив фирмы составляет 6 человек. Структура кадров, ООО «ВЛК-тур» представлена в таблице 1.

Таблица 1.

## Штатное расписание по ООО "ВЛК-тур"

Должность	Кол-во	Оклад	Образование
Директор	1	20000	высшее
Гл. бухгалтер	1	15000	высшее
Методист по разработке новых туров	1	10000	высшее
Менеджер по продаже туров	2	10000	
Менеджер по продаже билетов	1	90000	

Общее количество единиц - 6. Фонд заработной платы - 74 000 рублей.

Кадровое планирование в ООО «ВЛК-тур» представлено системой подбора квалифицированных кадров, имеющей своей целью обеспечить потребность Общества в необходимом количестве специалистов в конкретные временные рамки. Способы подбора персонала в ООО «ВЛК-тур» представлены в таблице 2.

Таблица 2.

## Способ подбора персонала в ООО «ВЛК-тур»

Способ подбора	Категории		
	управленческий персонал	специалисты	общий персонал
Тесты, собеседование	х	х	
По рекомендации		х	
По заявкам в уч.зав-ния		х	
Через службу занятости			х

Состав кадров характеризуется следующими показателями: образовательный уровень, специальность, профессия, квалификация, стаж работы, возраст, соотношение отдельных категорий работников и т.д.

В туристической фирме составлены должностные инструкции для следующих должностей:

1. Директора, должностные обязанности которого заключаются в следующем:

- руководит в соответствии с действующим законодательством всеми видами деятельности организации;

- организует работу и эффективное взаимодействие между менеджерами;

- решает все вопросы, касательно финансирования и развития фирмы;

- контролирует получение услуг отраженных в договоре;

- визирует договора с клиентами, с фирмами - операторами, а также все бухгалтерские документы и несет ответственность за их достоверность и выполнение и так далее.

2. Главный бухгалтер, должностные обязанности которого заключаются в следующем:

- ведение бухгалтерского учета,

- составление финансовой отчетности,

- анализ финансово-хозяйственной деятельности.

3. Менеджер по продаже туров, должностные обязанности которого заключаются в следующем:

- подчиняться непосредственно начальнику руководителю, и выполнять их поручения и распоряжения;

- работает с клиентами, разъясняет условия туробслуживания, предоставляет полную информацию о туре, дает информацию о необходимых формальностях и особенностях страны пребывания;

- заключает с клиентом договор - заявку, по которому подыскивает и предлагает клиентам туры, согласно их пожеланиям;

- рассчитывает стоимость тура для клиента и выдает счета на предоплату и т.д;

Кроме должностных обязанностей разработаны правила обслуживания клиентов отделом туризма ООО "ВЛК-тур" в котором говорится следующие:

1. Основанием для оказания услуг клиенту является договор на туристское обслуживание, который заключается между ООО "ВЛК-тур" и клиентом (Приложение 1).

2. К договору на туристское обслуживание прилагаются сведения о туроператоре и программа тура.

3. До подписания договора на туристское обслуживание клиенту может быть предложено заключение предварительного договор - заявку (Приложение 2).

4. Бронирование тура фирмой производится только после заключения договора на туристское обслуживание с клиентом.

5. Внесение денег в кассу фирмы оформляется приходным кассовыми ордерами установленной после полной оплаты труда клиенту выдается путевка по форме ТУР - 1, содержащая конкретные условия путешествия.

6. В случаи отказа от поездки, клиенту возвращается оплаченная им стоимость услуг, за вычетом фактические затраты фирмы по организации путешествия.

7. Клиент вправе обратиться в фирму с претензией относительно качества обслуживания..

Все составляющие, требования и положения системы качества, принятые туристической фирмой ООО "ВЛК-тур", систематически и упорядоченно документированы в виде планов, методик, стандартов предприятий, инструкций и протоколов.

ООО «ВЛК-тур» использует информационную компьютерную систему «Туристский офис», которая значительно ускоряет все расчеты и формирование документов. Компьютеры всех сотрудников связаны в локальную сеть, имеют подключение к Интернету. ИКС «Туристский офис» обеспечивает ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок.

## 2. Маркетинговая политика туристической фирмы

Все маркетинговые усилия фирмы направлены на формирование сильных и прочных предпочтений у действительных и потенциальных клиентов. Задача – отвлечь как можно больше клиентов от уже существующего рынка, и привлечь новые категории клиентов.

В связи с этим в 2008 году ООО «ВЛК-тур» провело маркетинговые исследования с целью выяснения покупательского спроса и целевого рынка среди 100 покупателей своих туров, в результате которого были получены данные, представленные в таблице 3.

Таблица 3.

Результаты опроса покупателей услуг «ВЛК-тур» в 2008 г  
( 100 участников)

2008 г	Были знакомы с деятельностью фирмы до обращения	Обращались более 1 раза	Не были знакомы с деятельностью фирмы до обращения	Еще раз планируют воспользоваться услугами фирмы
Клиентов чел(%)	70 ( 70%)	56 (56%)	30 ( 30%)	40 ( 40%)

Из опроса следует, что 70% покупателей были знакомы с деятельностью фирмы до обращения туда, 56% обращались в фирму более 1 раза, то есть их можно считать постоянными покупателями ООО «ВЛК-тур», треть покупателей не была знакома с деятельностью фирмы до обращения туда, а 40% купивших туры планируют еще раз воспользоваться услугами фирмы.

Для того, чтобы выяснит из каких источников клиенты узнали о существовании и деятельности фирмы, в 2008 г был проведен опрос среди покупателей. Результаты опроса приведены в табл. 4 и на рис.2

Данные опроса об источниках сведений о фирме «ВЛК-тур»  
( 100 участников)

	Из рекламных проспектов	От знакомых	из газет, журналов	Из щитовой, наружной рекламы	Источник - Интернет
Откуда потребители узнали о фирме	9%	23%	41%	22%	5%

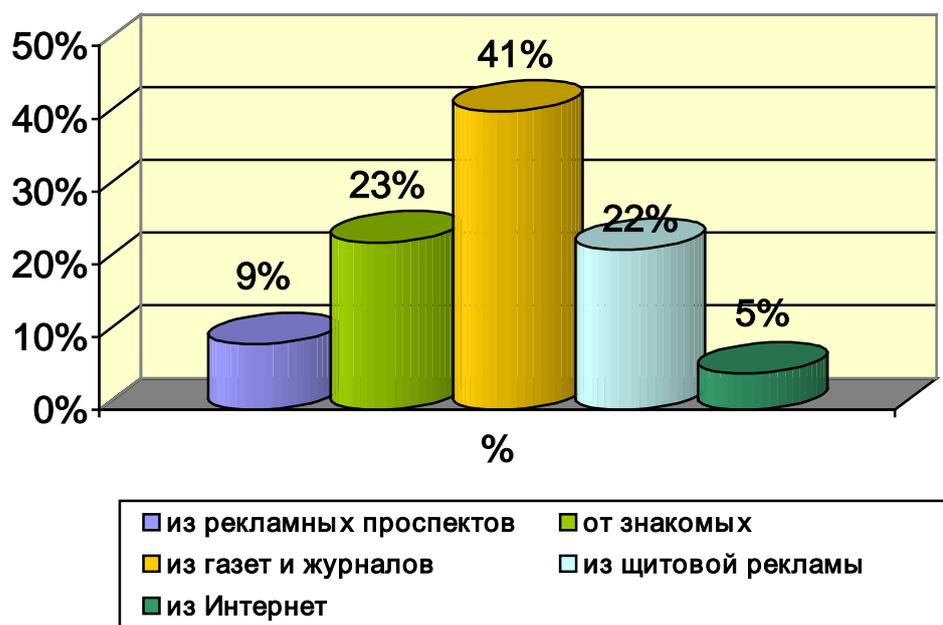


Рис 2. Данные опроса об источниках сведений о фирме

Данные опроса (табл. 4 и рис. 2) выявили следующее: большинство (41%) узнают о фирме «ВЛК-тур» из средств массовой информации – газет и журналов, в которых фирма помещает свои рекламные материалы, на втором (23%) и третьем месте (22%) сведения от знакомых и из щитовой рекламы соответственно. Наименьший результат по частоте передачи сведений о фирме своей информации к потребителю является Интернет (5%), почти в два раза больше пришлось на рекламные проспекты ( 9%). Таким образом наиболее эффективной является реклама через средства массовой информации – газеты и журналы, но 23 % , пришедших в фирму за покупкой тура по рекомендации

знакомых – очень хороший результат, это говорит о том, что репутация у фирмы среди уже купивших тур и реализовавших его хорошая.

Для потребителя услуг очень важно знать, что потратив деньги на отдых, качество тура будет обеспечено. Фирма, предоставляя не качественную услугу потеряет покупателя, купившего некачественный ту навсегда. Поэтому выяснить каково отношение потребителя к качеству предоставляемых услуг очень важно для фирмы. Отношение потребителей к качеству туров, купленных в ООО «ВЛК-тур» представлено в таблице 5.

Таблица 5.

Отношение потребителей к качеству купленных туров			
2008 г	Качество услуг не достаточно высокого уровня	Качество не устроило совсем	качество услуг устраивает
Клиентов ( %)	28 ( 28%)	11 ( 11%)	61 ( 61%)

Для наглядности построим диаграмму по результатам опроса потребителей о качестве предоставляемых услуг (рис. 3)

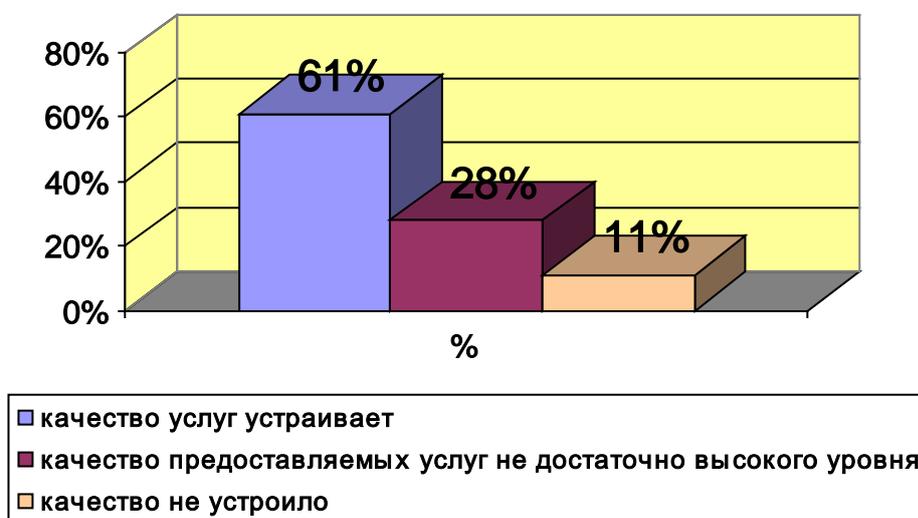


Рис. 3 Отношение потребителей к качеству купленных услуг

Для того, чтобы правильно планировать разработку новых туров, фирме очень важно знать свою целевую аудиторию, поэтому методом опроса 100 покупателей (случайно выбранных) выявлен целевой сегмент рынка, на который следует ориентироваться (рис.4).

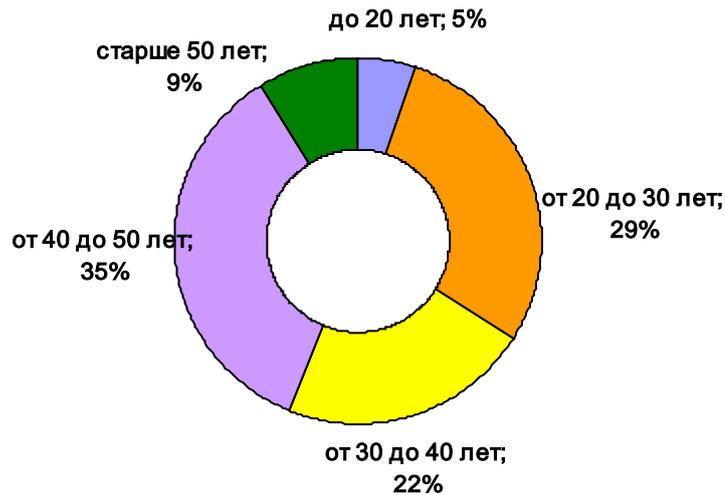


Рис 4. Возраст покупателей услуг ООО «ВЛК-тур»

Покупатели в своем большинстве находятся в возрасте от 40 до 50 лет (35%), количество покупателей в возрасте от 20 до 30 (29%), чуть меньше тех, кому от 30 до 40 лет (22%), покупатели старше 50 лет оставляют 9% от общей массы всех покупателей. А покупатели моложе 20 лет составляют самую маленькую группу покупателей – 5%.

Денежные доходы покупателей являются наиболее важным фактором целевой аудитории, именно денежные доходы определяют покупательскую способность населения. Рассмотрим к какой группе по размеру денежных доходов относят себя покупатели услуг «ВЛК-тур» (рис.5).

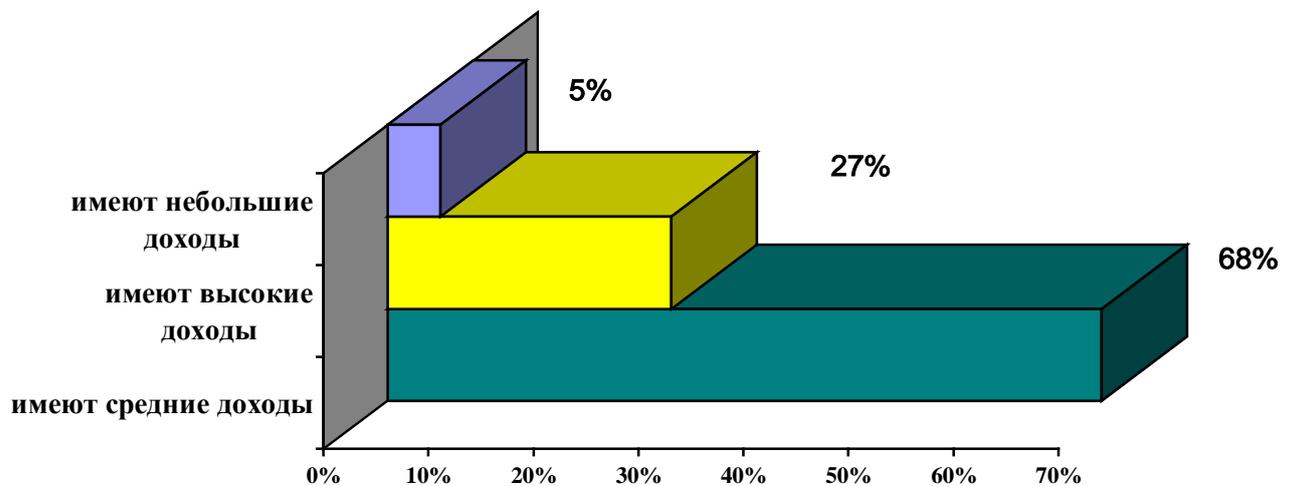


Рис.5. Покупатели услуг ООО «ВЛК-тур» по уровню доходов

Анализ показывает (рис. 5), что 68% покупателей отнесли себя к группе, имеющей средние денежные доходы. Это заставляет фирму устанавливая цену на услуги или вводя новые туры необходимо ориентироваться на покупателя, имеющего средние доходы.

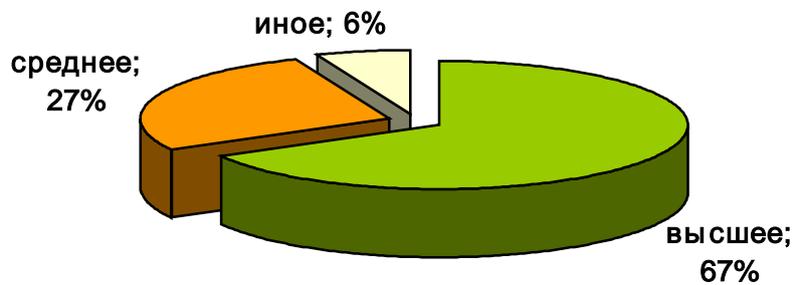


Рис 6. Уровень образования покупателей услуг ООО «ВЛК-тур»

Опрос показал (рис. 6), что более 70% покупателей услуг имеют высшее образование, а это значит, что фирма должна при разработке экскурсионных туров учитывать интеллект и образованность туристов.

Во время проводимого опроса выяснялись пожелания и пристрастия покупателей туров ООО «ВЛК-тур». Результаты представлены на рис. 7

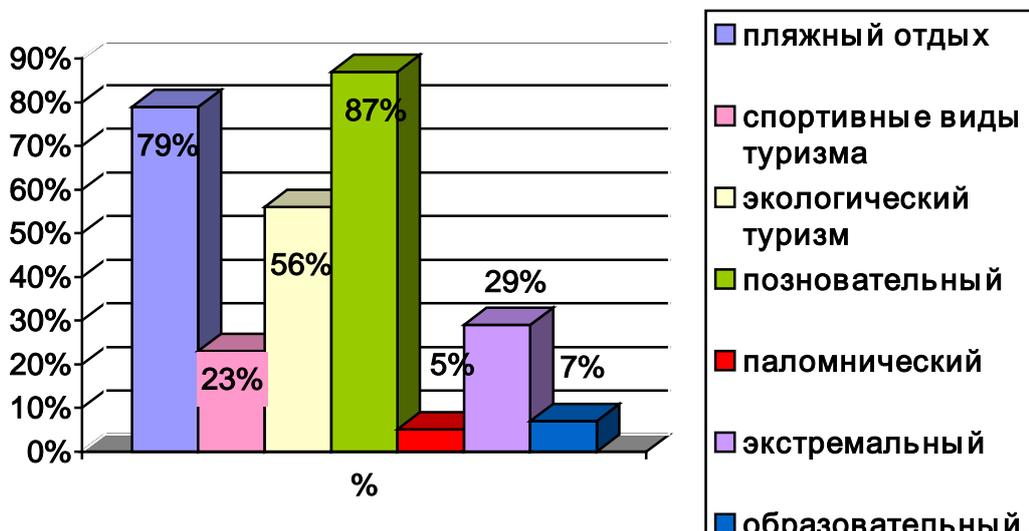


Рис. 7. Предпочтения покупателей туров

Результаты показали, что меньше всего интерес покупателей к паломническим и образовательным турам. Наибольший интерес покупатели проявляют к познавательному туризму и пляжному отдыху, высокий интерес и

к экологическому туризму. именно на эти виды туризма и должна ориентироваться фирма. Предпочтения туристов по месту отдыха представлены на рис.8.

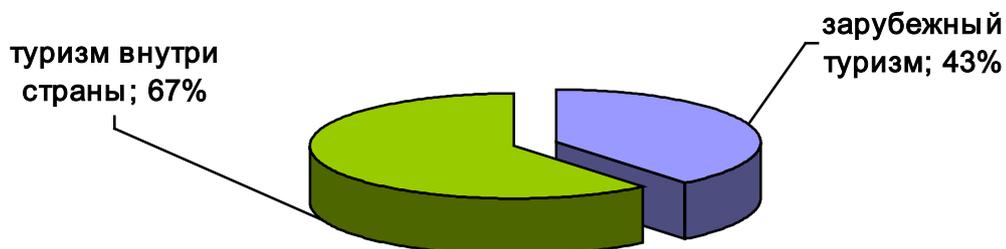


Рис. 8. Виды туризма по предпочтению

Таким образом, определен целевой сегмент «ВЛК-тур», который отвечает следующим характеристикам:

- Возраст – от 20 до 50 лет;
- Уровень дохода – средний и выше среднего;
- Образование – обычно высшее, но роли не играет;
- Семейное положение – обычно семья из двух-четырех человек;
- Работа, профессия – чаще всего - частные предприниматели;
- География – зарубежный туризм и туризм по России;
- Жизненный стиль – энергичный, активный человек, занятый предпринимательской деятельностью или работающий по найму, восприимчивый к новинкам;
- Мотив путешествия: желание отдохнуть с семьей, желание отдохнуть за границей, желание получить лечение за границей, желание посетить экзотическую страну, желание посетить известные места России, желание участвовать в речных и морских круизах.

Так представлен основной целевой сегмент, на котором работает «ВЛК-тур». Помимо описанного сегмента существует и другие группы потребителей, которые приобретают туры в фирме.

ООО «ВЛК-тур» ведет активную рекламную политику разрабатывает информационные материалы (листовки, брошюры), которые дают возможность клиенту получить достаточный объем информации для принятия решения о выборе направления и конкретного тура. Приобретая туристскую путёвку, клиенты подписывают с фирмой договор, в котором указан тщательно отработанный набор условий, что позволяет предупредить возможные недочёты и конфликты в обслуживании.

«ВЛК-тур» использует дополнительные методы привлечения клиентов: существует гибкая система скидок, каждому клиенту при получении путевки менеджером вручается рекламной продукции – карманный календарь, пакет, постер или ручка с адресом и телефоном фирмы.

Рекламная деятельность «ВЛК-тур» представлена следующим образом:

1. Прямая реклама:

- по почте («директ мейл»);
- лично вручаемые рекламные материалы, информационные письма, листовки и т.п.

2. Реклама в прессе:

Важную роль в потреблении газетной рекламы играет ее привычность. Ведь она существует более 3-х веков. Безусловно, плюсом газетной рекламы является ее ненавязчивость. Она не перебивает информационный поток, как на радио или ТВ. Люди читают ее исключительно по собственной воле.

«ВЛК-тур» публикует свои рекламные объявления в газетах и региональных выпусках: «Из рук в руки», «Горожане», «Дзержинское время», «Эконом Инфо»; в специализированных изданиях «Вояж», «Туризм и отдых», в телефонных книгах.

3. Распространяются печатная реклама в виде рекламных проспектов туров, плакатов, постеров.

4. Для рекламы своей деятельности фирма использует наружную рекламу в виде трех щитов 3х6м, установленных в непосредственной близости от размещения фирмы.

### 3. Анализ международной деятельности ООО «ВЛК-тур»

Турфирма ООО "ВЛК-тур" работает в качестве турагента, предлагая своим клиентам не только внутри российские, но и международные маршруты. Занимаясь при этом исключительно выездным туризмом.

Как и многие турагенты, ООО "ВЛК-тур" может одновременно работать с несколькими туроператорами. От них стекается информация о различных турах, из которых они подбирают клиенту нужный и наиболее доступный по цене.

На сегодняшний момент турфирма работает с 32 туроператорами, с которыми заключены договора, с указанием прав и обязанностей каждой стороны. Каждый из этих туроператоров работает по определенному направлению, многие из них организуют туры, как по России, так и по зарубежным странам. К таким туроператорам относятся:

ООО "TEZ tour";

ООО "Anex";

ООО "Туртранс - Вояж";

ООО "Capital tour";

ООО "Mos travel" и т.д.

Наибольшей популярностью у жителей города Дзержинска, пользуется пляжный и культурно-познавательный туризм. Однако не меньшим спросом пользуются и другие виды туризма. Это можно проследить из ниже приведенной таблицы 6.

Таблица 6.

Виды туризма

Вид туризма	Часто	Обычно	Редко
Лечебный	+	-	-
Спортивный	-	-	+
Познавательный	+	-	-
Пляжный	+	-	-
Приключенческий	-	+	-
Религиозный	-	-	+
Фестивальный	-	-	+
Оздоровительный	+	-	-

Основные направления зарубежных туров, пользующиеся наибольшей популярностью: Турция, Египет, Европа.

Экскурсионный тур по Турции (с отдыхом в Анталии 9 ночей/ 10 дней).

Маршрут тура: Стамбул (Константинополь) – Чанаккале (Троя) –Бергама (Пергам) – Измир (Смирна) – Кушадасы (Эфес) –Памуккале (Афродисиас-Гиераполис) - Анталия

Программа тура:

1 день: Прилет в Стамбул. Обзорная экскурсия по городу. Размещение в отеле, ужин, ночевка в Стамбуле.

2 день: Завтрак. Посещение султанского дворца «Топкапы». Посещение храма св. Софии. Посещение Голубой мечети. Посещение ипподрома. Возвращение в отеле, ужин, ночевка в Стамбуле.

3 день: Завтрак. Посещение Дворца Долмабахче. Отправление в Чанаккале. Прибытие в Чанаккале, размещение в отеле, ужин.

4 день: Завтрак. Посещение Трои. Отправление в Измир. Посещение акрополя в Пергаме. Посещение древней больницы Асклепия. Прибытие в Измир, размещение в отеле, ужин.

5 день: Завтрак. Отправление в Кушадасы. Посещение города Эфес. Посещение дома Девы Марии. Посещение церкви св. Иоанна. Прибытие в Кушадасы, размещение в отеле, ужин.

6 день: Завтрак. Отправление в Памуккале. Посещение Текстильного центра. Посещение античного города Гиераполис. Купание в термальном античном бассейне. Размещение в отеле, ужин, ночевка в Памуккале.

7 день: Завтрак. Отправление в Анталию. Посещение античного города Афродисиас. Прибытие в Анталию. Размещение в отеле в Анталии.

8 день: Отдых в Анталии. За доп. плату можно поехать на экскурсию: ПЕРГЕ – АСПЕНДОС – СИДЕ. Возвращение в отель, ужин, ночевка в Анталии.

9 день : Отдых в Анталии. За доп. плату можно поехать на экскурсию: ДЕМРЕ – МИРА – КЕКОВА. Возвращение в отель, ужин, ночевка в Анталии

10 день : Отъезд в аэропорт, вылет.

### Круизы по Нилу (в период 02.10 - 19.02.10)

Стоимость включает:

- проживание 3 ночи на корабле 5\* на базе FB (начиная с обеда и заканчивая завтраком).
- круизную экскурсионную программу (см. программу по дням).
- трансфер от аэропорта/отеля Хургады до Асуана и от Луксора до аэропорта/отеля Хургады.
- русскоговорящего гида на все время круиза.
- комиссию агентства.

Начало программы: среда (4 дня/3 ночи).

Программа тура:

1 день (среда): Рано утром отъезд из Хургады (около 6.00) в Асуан. По прибытии (около 12.00) экскурсии: Асуанская плотина, посещение Ботанического сада. Обед, ужин на корабле. Отплытие в Ком-Омбо

2 день (четверг): Завтрак на корабле. Осмотр храма Себека в Ком-Омбо. Обед. Отплытие в Эдфу. Экскурсии в Эдфу. Ужин на корабле. Отплытие в Луксор.

3 день (пятница): Завтрак на корабле. Экскурсии в Луксоре: западный берег - Долина Царей, храм царицы Хатшепсут, колоссы Мемнона. Посещение Карнакского храма. Обед. Стоянка в Луксоре. Ужин на корабле.

4 день (суббота): Завтрак на корабле. Окончание круиза. Возвращение в Хургаду.

### Автобусом по Европе.

Просто, конечно, сесть в самолет и всего за несколько часов добраться до любой европейской державы. Но нет в этом романтики путешествия и невозможно познать то захватывающее чувство, когда ты сидишь в комфортном кресле, а в окне мимо тебя проносятся города и страны... Горя желанием посмотреть Европу, но не имея возможности выделить на осуществление своей мечты достаточно средств, обратите свой жаждущий впечатлений взор на туры автобусом из Москвы - феноменальную возможность

посетить одну или несколько европейских стран, пожить в европейских гостиницах, побродить по улочкам красивейших городов, заглянуть в знаменитые музеи и галереи, посидеть в уютных ресторанчиках и кафе, потратив минимум собственного капитала.

1) Берлин – Амстердам – Брюссель – Париж – Реймс – Люксембург – Берлин (10 дней, без ночных переездов в автобусе).

2) Варшава – Дрезден – Париж (3 дня) – Брюссель – Амстердам (2 дня) – Берлин (11 дней, 2 ночных переезда в автобусе).

3) Дрезден - Венеция - Рим - Ватикан - Пиза - Сиена - Флоренция (9 дней).

4) Чехия - знакомая и не знакомая. Прага - Карловы Вары - замки Богемии: Крумлов, Глубока - пещеры Моравии (Мацоха) - Брно - замок Перштейн - замки Моравии: Ледница и Владница.(9 дней).

5) Дрезден – Венеция – Пиза – Рим (2 дня) – Ватикан – Флоренция – Вена(10 дней, 2 ночных переезда в автобусе).

Структура продаж зарубежных туров в ООО «ВЛК-тур» за 2006-2008 гг. представлена на рис.9.

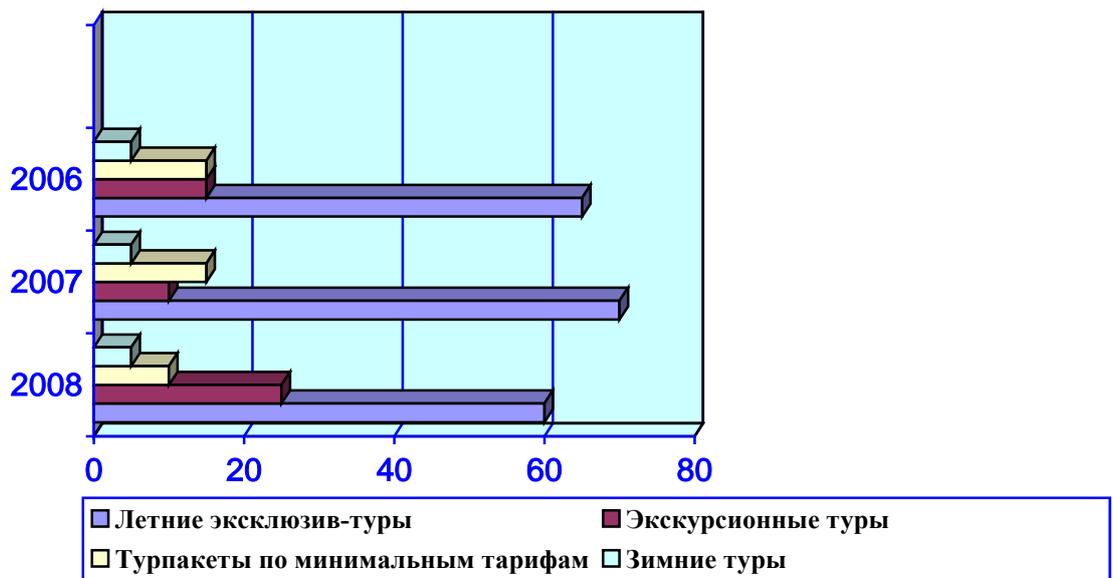


Рис.9. Структура продаж зарубежных туров в ООО «ВЛК-тур»

Для целевых групп со сходными потребностями в ООО «ВЛК-тур» подбираются туристские товары и услуги, которые в состоянии решить наиболее полно проблему требований, предъявляемых ими к потреблению на месте. Правильный набор услуг в «пакет» по количеству создает ясность туристу еще до начала самого путешествия и облегчает ему выбор.

Комплексное обслуживание помогает туристам планировать и организовывать рационально свободное время и ориентироваться на уровень цен, который реально действует на рынке. Это, безусловно, ведет к увеличению реализации туристского продукта.

Основной целью выезда клиентов за границу является:

- осмотр достопримечательностей,
- посещение магазинов,
- посещение спортивных, рекреационных и культурных мероприятий и участие в них,
- отдых на пляжах и в горах.

Остальные выезжают на курорты и в санатории.

Можно выделить несколько временных периодов, когда туристы предпочитают проводить отдых за рубежом:

- Два летних месяца июль и август, особенно август - самый большой пик.
- Осенние школьные каникулы и ноябрьские праздники.
- Новый год и зимние школьные каникулы.
- Весенние школьные каникулы.
- Первомайские праздники: 1 мая и День победы

Всем клиентам, выезжающим за границу Российской Федерации выдается «Памятка для выезжающих за рубеж», включающая следующие основные пункты:

- подготовка к путешествию
- пребывание в зарубежной стране
- возвращение из путешествия

#### **4. Учет, контроль и анализ финансовой деятельности ООО «ВЛК-тур»**

На предприятии ООО «ВЛК-тур» создана небольшая компьютерная сеть, которая при помощи пакета прикладных программ Microsoft Office и системы «1С: Предприятие» позволяет осуществлять взаимосвязь и автоматизировать ведение всего документооборота, ведение бухучета и составление отчетности на предприятии. В состав системы входят три основных компоненты: «Бухгалтерский учет», «Оперативный учет» и «Расчет»:

- Компонента «Бухгалтерский учет» ориентирована на отражение хозяйственных операций на счетах бухгалтерского
- Компонента «Оперативный учет» предназначена для оперативного учета наличия и движения имущества и обязательств организации.
- Компонента «Расчет» предназначена для автоматизации сложных периодических расчетов, например заработной платы.

Учет доходов и расходов и хозяйственных операций ООО «ВЛК-тур» осуществляется в специальной Книге учета, потому как предприятия, доходы которых подлежат налогообложению на основании деклараций о доходах, обязаны: вести учет полученных ими в течение календарного года доходов и произведенных расходов, связанных с получением этих доходов.

Записи в Книге учета по валютным счетам, а также по операциям в иностранной валюте производятся в рублях в суммах, определяемых путем перерасчета иностранной валюты по курсу Центрального банка РФ, установленному на дату фактического получения дохода или осуществления расхода.

В ООО «ВЛК-тур» книга учета ведется на бумажных носителях. Книга учета пронумерована, прошнурована и скреплена печатью и налоговыми органами.

Правильность ведения книги учета доходов и расходов проверяется работниками налоговых органов при проведении проверок полноты, правильности указанных в декларации сведений о доходах и расходах, а также при проведении обследований деятельности граждан. Не подлежат учету в

книге доходов и расходов следующие виды расходов: на личные нужды плательщиков и их семей, а равно и другие расходы, не связанные с извлечением доходов; на уплату налогов, кроме НДС, сборов, платежей по страхованию, штрафов.

Итоговые данные за год об учете доходов и расходов, связанных с их получением, а также сумм удержанных налогов с этих доходов, являются основанием для заполнения гражданами деклараций о совокупном годовом доходе.

ООО «ВЛК-тур» представляет в установленные сроки декларации о доходах и расходах, другие необходимые документы и сведения, подтверждающие достоверность данных в декларации значение проверки.

Финансовое положение «ВЛК-тур» устойчиво, о чем свидетельствуют финансовые показатели, приведенные в таблице 7.

Таблица 7.

Финансово-экономические показатели деятельности «ВЛК-тур» за 2008-2009 гг

Показатели	Ед. изм	2008	2009	Отклонение	
				В абсолют значениях	В %
Объем реализации услуг	Тыс руб	2747,5	3602,0	854,5	+ 31,1%
Численность работающих	Чел	6	6		
Производительность труда на 1 работника	Руб	305,38	400,22	94,9	+23,7%
Фонд оплаты труда сотрудников	Тыс руб	769,3	1008,56	239,26	+24%
Среднегодовая заработная плата 1 работника	Тыс руб	85,5	112,06	26,56	+31,1%
Себестоимость услуг	Тыс руб	1840,8	2377,3	536,48	+29,1%
Затраты на 1 руб реализации	Коп	67	66	1	-1%
Прибыль от реализации	Тыс руб	906,7	1224,7	318	+35,1%
Рентабельность деятельности	%	33	34	1	+1%
Рентабельность продаж	%	23	24,2	1,2	+1,2%

Для наглядности и сравнения результатов деятельности фирмы за два года , проиллюстрируем это графически (рис. 9).

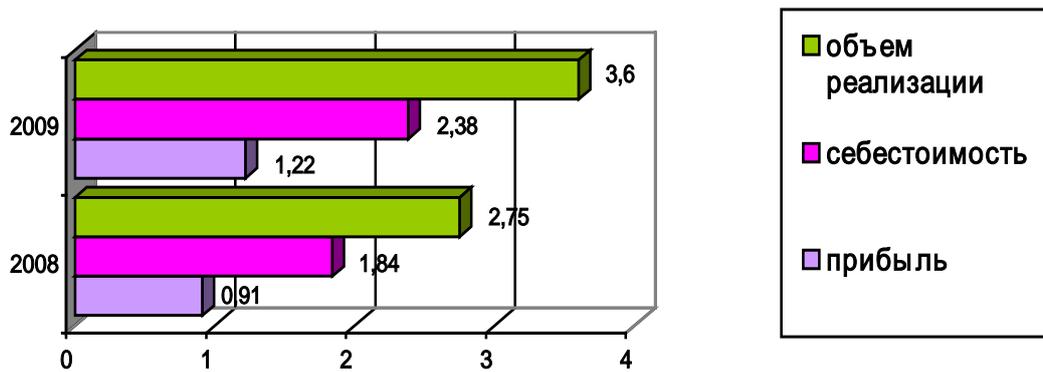


Рис. 9. Результаты работы «ВЛК-тур» в 2008-2009 г., в млн руб.

Из данных таблицы 6 видно, что по сравнению с 2008 годом в 2009 году увеличился объем реализации более, чем на треть и составил 3,6 млн руб, это можно объяснить инфляцией и повышением цен на услуги фирмы.

Прибыль предприятия увеличилась с 0,91 до 1,22 млн руб, общий рост составил 26%, на увеличении прибыли сказался и рост производительности труда работников, которая за год возросла на 23,7%. Увеличение заработной платы работников произошло на 31,1%, что соответствует росту реализации услуг. Распределение прибыли ООО «ВЛК-тур» происходит по следующим статьям:

- Налоги и отчисления в государственные органы.
- Заработная плата сотрудникам
- Коммерческие расходы и прочие.

Из представленных данных можно сделать следующие выводы: финансовое положение ООО «ВЛК-тур» довольно устойчиво, рост производительности труда подкрепляется ростом заработной платы, при этом численность работников не увеличилась.

Основную прибыль туристическое предприятие получает от реализации индивидуальных туров (78%), второй по объему полученной прибыли является продажа авиа и железнодорожных билетов, на которую приходится 13% от всей суммы поступившей от реализации услуг, третье место занимает продажа корпоративных туров, на которую приходится 11% от средств поступивших от реализации услуг.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Во время прохождения преддипломной практики в ООО "ВЛК-тур" в качестве менеджера были приобретены не только навыки в сфере технологий туристического бизнеса, но и закрепились и углубились теоретические знания, полученные во время обучения.

Анализ деятельности туристической фирмы «ВЛК-тур» показал, что фирма довольно успешно функционирует на рынке туризма, организует туры как по России, так и за рубеж. Основную прибыль предприятие получает от реализации индивидуальных туров (78%), второй по объему полученной прибыли является продажа авиа и железнодорожных билетов, на которую приходится 13% от всей суммы поступившей от реализации услуг, третье место занимает продажа корпоративных туров, на которую приходится 11% от средств поступивших от реализации услуг.

Определен целевой сегмент ООО «ВЛК-тур», который отвечает следующим характеристикам:

- Возраст – от 20 до 50 лет;
- Уровень дохода – средний и выше среднего;
- Образование – обычно высшее, но роли не играет;
- Семейное положение – обычно семья из двух-четырех человек;
- Работа, профессия – чаще всего - частные предприниматели;
- География – зарубежный туризм и туризм по России;
- Жизненный стиль – энергичный, активный человек, занятый предпринимательской деятельностью или работающий по найму, восприимчивый к новинкам;
- Мотив путешествия: желание отдохнуть с семьей, желание отдохнуть за границей, желание получить лечение за границей, желание посетить экзотическую страну, желание посетить известные места России, желание участвовать в речных и морских круизах.

На сегодняшний день турфирма «ВЛК-тур» реализует услуги по организации не только внутри российских, но и международных маршрутов. Наибольшей популярностью у клиентов турфирмы пользуется пляжный и культурно-познавательный туризм. Основные направления зарубежных туров, пользующиеся наибольшей популярностью: Турция, Египет, Европа.

Исходя из проведенного исследования были предложены следующие пути совершенствования деятельности ООО «ВЛК-тур»:

1. Разработать новые операторские программы - создать несколько экстремальных туров в Домбай и на гору Юца. Так как, в последнее время достаточно популярными видами спорта являются горные лыжи, сноуборд и парапланеризм.

2. Расширить маркетинговую политику за счет размещения рекламы в Интернет и создание собственного веб-сайта..

3. Выпускать подарочную сувенирную продукцию: различные календари, ежедневники, открытки, буклеты, значки, зажигалки, ручки.

4. Использование дополнительных систем скидок таких как: внесезонные скидки, предоставление скидок молодоженам, групповые скидки и скидки носящие временной характер.

Данные методы стимулирования наилучшим образом будут способствовать улучшению как ценовой, так и маркетинговой политики фирмы, т.е. будут способствовать:

- увеличению реализации услуг, вследствие возросшего сбыта,
- позволят завоевать новых клиентов и удерживать постоянных клиентов,
- стимулированию заказов больших объемов.

Во время преддипломной практики были получены навыки по работе с документацией и оформлению договора с клиентами, памятки по маршруту, заполнению заявки на бронирование туров, заполнению туристских путевок, усовершенствованы навыки работы со средствами современной коммуникации (факс, ксерокс, система Интернет).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая и третья. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004.
2. Федеральный закон РФ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (в ред. от 28.06.2009 N 123-ФЗ).
3. Федеральный закон от 28.06.2009 N 123-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» (в ред. от 28.06.2009 N 123-ФЗ).
4. Постановление Правительство Российской Федерации от 18.07.2007 г. № 452 «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта».
5. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта утверждены постановлением правительства российской федерации от 18.07.2007 г. № 452.
6. Приказ МВД РФ от 26.05.1997 года № 310 «Об утверждении инструкции о порядке оформления и выдачи паспортов гражданам Российской Федерации для выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»;
7. Закон Нижегородской области от 12.02.2008 года №8-З «О туристской деятельности на территории Нижегородской области»
8. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003
9. Волошин Н.И., Исаева Н.В., Ильина Е.И., Курило Л.В. и др. Туризм как объект управления. М., Российская международная академия туризма, 2007г
10. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности, М., Финансы и статистика, 2008 г
11. Ильина Е.Н. Деятельность туристских агентств: туристский рынок и предпринимательство. М.: Советский спорт, 2006. - 64с.

- 12.Квартальнов В.А Туризм: Теория и практика: Избранные труды: В 5 т. Т.2: Социальный туризм. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 256с.
- 13.Котлер Ф. Маркетинг: Гостеприимство, туризм: Учеб. для студентов вузов: Пер. с англ. - М.: ЮНИТИ, 2007. - 1063с.: ил.
- 14.Туризм, как объект управления. под общей ред. КвартальноваВ.А., М., Финансы и статистика, 2007 г с.81
- 15.Чудновский А.Д., Жукова М.А., Селин В.С. Управление индустрией туризма. Учебное пособие. - М.: 2004
- 16.Экономика туризма. Под ред. Квартальнова В.А., М., Финансы и статистика, 2007 г
- 17.[www.tourismnn.ru](http://www.tourismnn.ru) – Туризм в Нижегородской области
18. [www.tourlib.ru](http://www.tourlib.ru) – Библиотека «Все о туризме».

## Приложение 1.

**ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПУТЕВКА № \_\_\_\_\_**

Организация-продавец: **ООО "ВЛК-тур"**,  
 Адрес: г. Нижегородская обл., г. Дзержинск, ул. Суворова 2/55 тел. \_\_\_\_\_,  
 Лицензия № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Тур в: \_\_\_\_\_

Покупатель:

юр. или физ. лицо \_\_\_\_\_

озп (для физ. лиц) \_\_\_\_\_

тел.: \_\_\_\_\_

Список туристов (ФИО, ОЗП, адрес, тел):

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

Наличие руководителя группы: **да/нет**

Продолжительность поездки:

С \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Начало маршрута: **Город**

Пункты пребывания: \_\_\_\_\_

Окончание маршрута: **Город**

Пакет услуг: категория проездного билета – **авиа / ж/д**

гостиница \_\_\_\_\_

номер \_\_\_\_\_

питание \_\_\_\_\_

виза \_\_\_\_\_ страховка \_\_\_\_\_

трансфер \_\_\_\_\_

экскурсионная программа \_\_\_\_\_

Дополнительные оплаченные услуги: \_\_\_\_\_

Стоимость путевки \_\_\_\_\_

Дата продажи \_\_\_\_\_

С условиями поездки ознакомлен:

Продавец \_\_\_\_\_

Покупатель \_\_\_\_\_

м.п.

Настоящая туристическая путевка составлена в соответствии с условиями договора о туристическом обслуживании № \_\_, заключенного \_\_\_\_\_ 20 \_\_ г. и является его неотъемлемой частью. В случае если опубликованные условия предоставления туристических услуг организации-продавца носят характер публичной оферты (предложения заключить договор), настоящая туристическая путевка является акцептом (принятием предложения) указанной оферты. В качестве неотъемлемых частей к настоящей путевке прилагаются: полный список туристов (для 5 и более человек) с указанием для каждого данных графы "список туристов"; программа обслуживания туристов; ваучеры на обслуживание в соответствии с программой обслуживания; информация о фактах, рисках рекомендуемых правилах поведения при совершении поездки (информационный листок). При заполнении графы "категория проездного билета" следует использовать сокращения, которые используются предприятиями, предоставляющими услуги. При заполнении графы "гостиница" указывается категория средств размещения туристов в соответствии с данными системы классификации страны (места) пребывания. При заполнении графы "Наличие руководителя группы", "виза", "страховка", "трансфер" используются символы "Да" - при наличии услуги, "Нет" - при отсутствии услуги.

## **ДОГОВОР КУПЛИ – ПРОДАЖИ**

ООО "ВЛК-тур", именуемое в дальнейшем "Агентство" в лице директора Главный Начальник, действующего на основании Устава, с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемый(ая) в дальнейшем Покупатель, с другой стороны, заключили настоящий договор:

### **1. Предмет договора**

1.1. Покупатель поручает, а Агентство принимает на себя обязательство реализовать туристическое обслуживание граждан, поименованных в туристической путевке (форма ТУР-1) на условиях настоящего договора и в соответствии с путевкой.

### **2. Обязательства сторон**

2.1. Агентство обязуется:

2.1.1. По заказу Покупателя реализовать программу поездки.

2.1.2. После оплаты туристических путевок и завершения работ, связанных с реализацией заказа, выдать на руки Покупателю туристическую путевку (форма Т1), ваучер, проездные и иные документы.

2.2. Покупатель обязуется:

2.2.1. Своевременно предоставить Агентству необходимые для визовой поддержки документы или информацию.

2.2.2. Произвести оплату туристических путевок.

2.2.3. Оплачивать в установленные сроки все штрафные санкции, предъявляемые Агентством в соответствии с настоящим договором.

### **3. Ответственность сторон**

3.1. Агентство несет ответственность перед Покупателем за выполнение согласованных условий поездки.

3.2. Покупатель несет ответственность за достоверность и своевременность представления выездных документов участников поездок, их подлинность и полноту.

3.3. В случае аннуляции поездки /или отказа отдельных участников от поездки/ по инициативе Покупателя Агентство возвращает средства, перечисленные последним за исключением расходов, фактически понесенных Агентством к моменту аннуляции. В случае аннуляции поездки /или отказа отдельных участников от поездки/ по инициативе Покупателя менее чем за 2 дня до совершения поездки, Агентство стоимость путевки не возвращает.

3.4. Агентство не несет ответственности за прохождение туристами таможи и пограничного поста, за подлинность выездных и въездных документов, предоставленных туристами, и не возвращает стоимость поездки в случае задержки туристов на таможне или возврата их с границы. Агентство не оплачивает дополнительные расходы, связанные со снятием обслуживаемых граждан с поездки таможенными, пограничными и/или/ иными уполномоченными на то службами.

3.5. Агентство не несет ответственность за отказ или необоснованную задержку в выдаче виз консульским отделом иностранных государств участникам делегации Покупателя. В таких случаях Агентство удерживает затраты, фактически понесенные Агентством.

3.6. Агентство оставляет за собой право заменять гостиницы в пределах той же категории, и в случае замены на меньшую категорию Агентство возвращает разницу в стоимости тура на основании предоставленных документов.

3.7. Срок действия договора: - с момента оформления путевки; окончание - через 5 календарных дней после конечной даты поездки.

Подписи сторон:

Агентство \_\_\_\_\_

Покупатель \_\_\_\_\_

## ПРИГЛАШАЕМ ПОСЕТИТЬ!

### Мебельный салон в Милане!

#### Международный мебельный салон SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE в МИЛАНЕ с 22 по 27 апреля 2010

Данная выставка является законодателем мебельной моды и планирования интерьеров.

Здесь заключаются основные контракты, демонстрируются новинки отрасли, поддерживается имидж уже существующих марок.

На выставке будут представлены новейшие мировые разработки в области мебельного дизайна, технологий производства мебели, лучшие дизайнерские решения дома, офиса и производственных помещений.

#### Гарантированные номера

##### В стоимость тура входит:

- авиаперелет чартерным рейсом Москва – Бергамо – Москва
- трансфер: а\п Бергамо – Милан- а\п Бергамо
- проживание в выбранном отеле в Милане (5 ночей)
- питание – завтраки
- медицинская страховка

##### Дополнительно оплачивается:

- виза-75 евро
- трансфер: отель - выставочный комплекс - отель
- страховка от невыезда
- напитки и чаевые, все, что не указано в графе « В стоимость включено»

Стоимость в евро на 1 человека при размещении в 2-х местном номере

Отель	Стоимость
CINQUE GIORNATE 3*	1526 евро
CITY 3*	1486 евро
<u>ANTARES CONCORD 4*</u>	2086 евро
MADISON 4*	2086 евро

#### ВНИМАНИЕ!

**При бронировании – предоплата 100%.  
В случае отказа – штрафные санкции в размере 100%**

КОМИССИЯ – 10%

Менеджер направления: Налгранян Татьяна [italy@roza-v.ru](mailto:italy@roza-v.ru)

## Приложение 4.

### СПИСОК ДОКУМЕНТОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОФОРМЛЕНИЯ ВИЗЫ В ГЕНЕРАЛЬНОМ КОНСУЛЬСТВЕ ФРАНЦИИ

1. **Заграничный паспорт** (должен быть действителен не менее 3 месяцев после окончания предполагаемой поездки) + **старый загранпаспорт обязательно !**
2. **Российский паспорт (обязательно оригинал);**
3. **Анкетные данные;**
4. **2 цветных фото** 3.5x4.5 , НЕ ЦИФРОВЫЕ. (если ребенок вписан в паспорт родителей, нужна 1 цветная фотография); **Размер головы от макушки до подбородка не более 3х см.**
5. **Справка с места работы.** Справка печатается на фирменном бланке, с адресом и телефонами организации или предприятия. Заверяется печатью и подписью должностного(ых) лица.

Образец текста:

Настоящая справка дана Петровой Анне Ивановне в том, что она работает в должности секретаря с 25.10.2001 года с ежемесячным окладом (25 тысяч) рублей. На период поездки во Францию с 17.01.10 по 30.01.10 ей предоставляется оплачиваемый отпуск.

Если поездку оплачивают родственники (родители, муж и т.д.), необходимо предоставить справку с места работы родственников, а также предоставить доказательство родства (свидетельство рождении или о заключении брака). Заявление о спонсорстве

6. **Студентам и пенсионерам** необходимо предоставить студенческий билет (или справку с места учебы) и пенсионное удостоверение соответственно.
7. На детей, выезжающих с одним из родителей, необходимо предоставить: **Разрешение (доверенность)** на выезд от второго родителя, заверенная нотариально (если ребенок выезжает без сопровождения обоих родителей, доверенность должна быть оформлена от отца и от матери на имя человека, сопровождающего ребенка в поездке). **Дети до 18 лет не могут выезжать за границу без сопровождения.**

Если отец или мать не могут предоставить доверенность), развод родителей не является причиной не предоставления), необходима справка из милиции о том, что местонахождение того или иного родителя неизвестно, книжка матери-одиночки либо форма № 25 (в некоторых случаях требуется и свид-во о рождении матери). В случае смерти родителей необходимо предоставить свидетельство о смерти.

Справка с места учебы (школы, гимназии и т.д.)

Свидетельство о рождении

СРОК ОФОРМЛЕНИЯ ВИЗЫ 4 РАБ. ДНЯ