

*Л.А. Гапон
Г.А. Комарова*

**Лингвосемантические особенности деловой документации в сфере
сервиса и туризма на материале современных типовых документов
российских и зарубежных туристических компаний**

В современных условиях международный туризм приобрел, значительные масштабы и оказывает влияние на политические, культурные и экономические связи между странами. Виды туристских услуг довольно разнообразны. К ним относятся:

- услуги по транспортировке туристов до страны назначения и внутри страны различными видами пассажирского транспорта;
- услуги по размещению туристов (в гостиницах, мотелях, пансионатах, кемпингах, водомоторный отдых);
- услуги по обеспечению туристов питанием (в ресторанах, кафе, барах, тавернах, кафетериях, пансионатах);
- услуги, направленные на удовлетворение культурных потребностей туристов (посещение театров, концертных залов, музеев, картинных галерей, природных и исторических заповедников, памятников истории и культуры, фестивалей, спортивных соревнований);
- услуги, направленные на удовлетворение деловых интересов туристов (участие в конгрессах, симпозиумах, научных конференциях, ярмарках и выставках);
- услуги торговых предприятий (продажа сувенирной продукции, подарков, памятных открыток);
- сопутствующие услуги по оформлению документации (паспорта, визы и др.).

В процессе предоставления туристических услуг, складываются определенные отношения между производителями туристских услуг и туристскими фирмами, с одной стороны, и между туристскими фирмами и клиентами-туристами, с другой. Эти отношения регулируются различными видами документов, в зависимости от сферы услуг. Например, агентское соглашение регламентирует отношения между производителем туристских услуг (гостиница, транспортная организация, экскурсионное бюро, ресторан) и турагентством или туроператором. Большое распространение в данный момент получила такая система взаимоотношений между производителем туристских услуг и турагентством, как франшиза. Отношения между туристической компанией и конечным покупателем регламентируется договором, путёвкой и иными видами документов, которые мы рассмотрим ниже.

Согласно нормам современного действующего законодательства, туроператоры и турагенты занимаются оказанием туристских услуг и это должно быть документально подтверждено. Однако, в связи с тем, что в различных странах существуют различные законодательные нормы, налоговые правила по ведению туроператорской или турагентской деятельности, следует учитывать эти различия, при формировании отчетной документации, пакета документов для туриста и документов, регламентирующих деятельность партнеров (российская туристическая компания и зарубежная). Под документооборотом туристской организации, в общем, понимается движение документов в организации с момента их создания или получения от других субъектов гражданско-правовых отношений до завершения их исполнения и передачи в архив.

Однако, следует принимать во внимание, что в разных странах существуют разные формы документов:

- формы первичных учетных документов, по которым, например, в России не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов;

- формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности;
- правила документооборота и технология обработки учетной информации.

Таким образом, специалисту в сфере сервиса и туризма, необходимо учитывать эти экстралингвистические факторы, так же, как и лингвосемантические особенности современного документооборота в туриндустрии, при работе с зарубежными партнёрами.

Несмотря на консерватизм, характерный для официально-деловой коммуникации, изменения ее правил, средств и условий совершенно очевидны. Новые формы и требования коммуникации становятся объектом освоения не только для узкого круга лиц, профессионально ориентированных на документные виды деятельности.

При подготовке специалистов с высшим образованием, отвечающих современным требованиям, языковая подготовка должна рассматриваться как обязательная для любого направления обучения. Экономист, управленец или юрист, не владеющий основными сведениями о языковых процессах и явлениях, дискредитирует себя не только как специалиста, но и как современную культурную личность.

Необходимо учитывать как законы построения письменной речи, которые сформировались в языке, так и формальные правила, имеющие внеязыковую природу.

Коммуникация, сложный процесс взаимодействия людей в обществе, изменяет свои параметры по мере развития самого общества. В разнообразные по форме и содержанию коммуникативные процессы вовлекаются практически все члены общества. Это вовлечение предполагает освоение каждым человеком определенной совокупности знаний и навыков, которые помогут ему во взаимодействии с другими людьми в различных по содержанию ситуациях.

Для документных сообщений расхождения в определении значений одного и того же послания со стороны отправителя и получателя не просто нежелательны, более того – недопустимы.

В документной коммуникации заметно действие административных, режимных и языковых барьеров.

Экономические, социальные, культурные условия жизни общества оказывают различные по содержанию воздействия на ту часть языковой системы, которая используется в создании документных объектов. В большой степени здесь проявляются действия унифицирующих и стандартизирующих правил, имеющих внеязыковую природу.

Документная коммуникация связана с письменной формой речи. Фиксация обеспечивает определенность документной коммуникации, способствует процессам унификации и стандартизации элементов документной коммуникации. В письменной речи наиболее последовательно прослеживаются различия ее функциональных вариантов, стилей.

Текст документа приобретает экономическое, управленческое, правовое звучание, предполагает практические шаги, конкретные действия в профессиональных областях, в которых осуществляется документирование.

Документная лингвистика, возникнув как частная учебная дисциплина, получила мощный импульс для своего развития после изменения коммуникативной ситуации в мире: развития документных систем, их проникновения в самые разные стороны жизни, создания электронной документной сферы, взаимодействия между новыми формами коммуникации – рекламной, PR и других.

Нами был проведён сравнительный анализ современных типовых документов российских и зарубежных туристических компаний. В результате нашего анализа были сделаны следующие выводы.

В связи с тем, что алгоритм организации, регистрации туристической фирмы в России и за рубежом различный, мы имеем расхождение в понятиях «лицензирования». В России было отменено лицензирование в сфере оказания туристических услуг и принято страхование ответственности туроператора. Таким образом, понятие лицензия (англ. license) это сертификация специалиста, в нашем понимании это аккредитация (англ. accreditation). Например, в США для открытия туристического агентства лицензия турагента не является обязательной, но лицензированный турагент считается «более надёжным».

В России, согласно нормам действующего законодательства, при получении реестрового номера в Федеральном реестре туроператоров, турфирме необходимо взаимодействие с Агентством по туризму РФ «Ростуризм». В США, новая туристическая компания должна получить регистрационный номер в международной ассоциации воздушного транспорта (англ. IATA number (International Air Transport Association)).

В России необходимо страхование ответственности туроператорской деятельности в свете отмены лицензирования в данном виде деятельности, в США необходимо только страхование ответственности авиакомпаний (англ. liability insurance). Понятие банковская гарантия- bank bond имеет тоже значение, что и в России.

Понятие программного обеспечение в России и США различается, так как обязательным в России является наличие лицензионного программного обеспечения для ведения бухгалтерской отчетности 1С, аналогами которого на Западе являются программные продукты SAP Business One, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics AX. Здесь нужно учитывать совершенно другое отношение к программным продуктам и их лицензионности в России и в США. Наличие установленного программного обеспечения для бронирования не является обязательным в России (так называемое программное обеспечение турагента- Travel agent software).

Понятие website- вэбсайт в понимании американского турагента это не просто официальный сайт компании, а синоним travel-velocity site- сайт для заказа путешествий с полупансионом.

Формы собственности предпочтительные для турфирм в России это ООО (англ. limited liability company), ИП (англ. sole proprietorship) , для США так же характерна такая форма собственности, как корпорация или партнерство (англ. corporations or partnership).

Система налогообложения, которая является предпочтительной для малой и средней турфирмы в России, это упрощённая система налогообложения- STS (сокр. от англ. "simplified tax system"). Западный аналог НДС- VAT (англ. value added tax, налог на добавленную стоимость).

Отдельно следует рассмотреть особенности документооборота в туристическом бизнесе, а именно аналоги той или иной формы документа в России и США. Под путевкой, оплаченной в турбюро, понимается пакетный тур (англ. package tour) или ваучер (англ. hotel voucher). Договор купли продажи - contract of sale является основным документом, регламентирующим отношения между исполнителем и туристом. Понятие счёт фактура (англ. sales invoice) и инвойс (англ. invoice), часто понимаются , как идентичные. Однако, в международной коммерческой практике инвойс- это документ, предоставляемый продавцом покупателю и содержащий перечень товаров, их количество и цену, по которой они будут поставлены покупателю, формальные особенности товара (цвет, вес и т. д.), условия поставки и сведения об отправителе и получателе. Выписка инвойса свидетельствует о том, что (кроме случаев, когда поставка осуществляется по предоплате) у покупателя появляется обязанность оплаты товара в соответствии с указанными условиями. В российской практике документ, аналогичный инвойсу, отсутствует. Счёт-фактура является документом, применяемым исключительно для целей налогового контроля и потому, не может считаться аналогом инвойса.

Так же не следует путать понятие ваучер и путевка. Ваучер (англ. voucher «расписка, поручительство») - это письменное свидетельство, квитанция, документ, подтверждающий получение товара, услуги, скидки на товар или услуги.

Под бланками строгой отчетности, в России мы подразумеваем путевку. В США же бланки строгой отчетности (англ. strict security forms) это такие документы, как письменное ходатайство (англ. letter of request) , устав компании (англ. articles of Association) , Свидетельство о государственной регистрации юридического лица (англ. State Registration Certificate of legal entity), Свидетельство о постановке на учёт в налоговом органе – (англ. taxpayer Certificate).

Таким образом, при подготовке кадров в сфере туризма, важно не просто обучать будущих специалистов английскому языку, как языку международного делового общения, но так, же развивать межкультурную компетенцию. Во внимание следует принимать и тот факт, что в разных странах существуют различные формы документооборота, регламентирующие аналогичные этапы бизнес процесса в туристической индустрии, в связи с различными системами регистрации турфирм, законодательной базой и налоговой системой.

Библиографический список

1. Кушнерук С.П. Теория современного документного текста // Автореферат докторской диссертации по филологии / Кушнерук С.П. - Волгоград: ГОУ ВПО ВГУ, 2008.
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс-
<http://www.russiatourism.ru/>]
3. Международный документооборот, основные направления документооборота [Электронный ресурс-
<http://www.npsod.ru/rus2/analytics/document4088.phtml>]