

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

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

период с «28» ноября 2024 г. по «25» декабря 2024 г.

Студент группы  
СО-ТУ-22-2



А.В. Флик

Наименование предприятия: ООО «Дальинтурист»

Руководитель практики  
от предприятия



Р.В. Мороз

Отчет защищен:  
с оценкой 

Руководитель  
практики от ООО



Л.О. Ермолович

Владивосток 2024

## Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия	5
1.1 История создания и развития предприятия	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия	7
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	9
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	11
1.5 Перспективы развития предприятия	11
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия	13
2.1 Анализ деятельности предприятия	13
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия	13
2.3 Информационные технологии предприятия	15
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	16
4 Система обеспечения безопасности	17
5 Технология формирования профессиональных компетенций	19
Индивидуальное задание	47
Заключение	49
Список использованных источников	51
Приложение А. Выписка из ЕГРЮЛ	52

## Введение

Туристский сектор России – динамически развивающаяся отрасль экономики, и невзирая на международные санкции, развитие инфраструктуры, не только не останавливается, но и набирает «обороты», являясь приоритетным направлением, поддерживаемым инициативами Правительства РФ и губернаторов, внедренными на федеральном и региональном уровнях.

Туризм – это отрасль экономики непродуцированной сферы, ключевая задача которой, заключается в обеспечении потребителя качественным продуктом, кроме того, туризм способствует развитию инфраструктуры: автомобильных магистралей, железных дорог, парков, больниц, общественных районов и пешеходных зон; позволяет больше внимания уделить сохранению объектов всемирного наследия; осуществляет поддержку малого бизнеса (сувенирная и сопутствующая продукция); создание дополнительных рабочих мест, как в туристической отрасли, так и в смежных сферах [2].

Таким образом, стабильное развитие туризма в стране является стимулом для развития более 50 отраслей экономики. Туризм позволяет развивать малый и средний бизнес, увеличивает занятость и самозанятость населения России, способствует повышению качества жизни, сглаживает территориальные диспропорции в нашей большой и разнообразной стране. Естественно, туризм увеличивает поступления в бюджеты всех уровней и способствует развитию экспорта. В каждой стране существуют определенные условия, соблюдение которых позволяет посетить иностранное государство, но далеко не каждый турист способен самостоятельно в них разобраться, при этом туристическая компания, позволит решить целый перечень вопросов.

Место прохождения практики является туристическая компания «АЭРОТУР», основным видом деятельности которой, является деятельность туристических агентств и туроператоров.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональным модулям является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы туристического предприятия;
- изучение организационных и функциональных процессов, связанных с предоставлением турагентских услуг, услуг по сопровождению туристов, туроператорских услуг;

- освоение процессов, связанных с сопровождением туристов на маршруте, организацией досуга туристов, контролем качества предоставляемых туристу услуг, составлением отчета по итогам туристской поездки;

- приобретение опыта работы по организации взаимодействия с потребителями, разработки рекламных материалов, оформления документов строгой отчетности;

- развитие навыков работы с потребителями и туроператорами по выстраиванию межличностного, делового общения, оформлению туристской документации; с информацией для разработки рекламного продукта

- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе специалиста по туризму;

- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной практике.

Благодаря приобретенным знаниям обучающиеся научатся компетентно работать с туристами и предоставлять им соответствующие услуги, правильно реагировать на чрезвычайные ситуации помогать туристам их предотвращать.

## 1 Общие сведения о деятельности предприятия

### 1.1 История создания и развития предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «АЭРОТУР» было зарегистрировано в качестве юридического лица 12 августа 2005 г. Юридический адрес компании г.Владивосток, ул.Береговая д.6-а.

ООО «АЭРОТУР» является крупным российским турагентством, предоставляющим услуги как по корпоративному обслуживанию для российских и международных компаний и организаций, так и для физических лиц. ООО «АЭРОТУР» одним из первых среди туристических агентств в России стал членом IATA (Международной Авиатранспортной Ассоциации), и продолжает им являться в настоящее время. За 30 лет успешного и динамичного развития, компания «АЭРОТУР» стала одним из лидеров туристического рынка России. Стабильная работа в туристическом бизнесе, прочные связи с ведущими авиакомпаниями, безупречная деловая репутация среди иностранных и российских партнеров, четкая организация обслуживания как индивидуальных, так и корпоративных клиентов - все вышеперечисленные качества привлекли к сотрудничеству с компанией «АЭРОТУР» целый ряд ведущих иностранных и российских организаций.

Услуги, предоставляемые ООО «АЭРОТУР»:

бронирование авиабилетов в любую точку России, стран СНГ и мира. В настоящее время ЗАО «АЭРОТУР» имеет прямые Агентские Соглашения со всеми российскими и зарубежными авиакомпаниями, представленными на российском рынке. ООО «АЭРОТУР» имеет аккредитацию в ТКП (Транспортно - Клиринговая Палата). Это позволяет оформлять билеты на рейсы всех российских авиаперевозчиков по всей территории России и стран СНГ. За долгие годы сотрудничества между ООО «АЭРОТУР» и многими авиакомпаниями сложились надежные партнерские отношения, что позволяет получать конфиденциальные тарифы и другие льготные условия по авиаперевозкам для своих корпоративных клиентов:

– оформление железнодорожных билетов на все направления по самым оптимальным тарифам - по территории РФ, в страны СНГ и за рубеж;

– индивидуальное обслуживание пассажиров в аэропорту. ООО «АЭРОТУР» предоставляет VIP - залы во всех аэропортах города Москвы, других городах РФ, странах СНГ и за рубежом;

– организация чартерных пассажирских VIP - перевозок. Компания «АЭРОТУР» имеет возможность организации чартерных пассажирских VIP-перевозок по России и за рубеж на самолетах российского и иностранного производства;

– организация грузовых авиаперевозок регулярными и чартерными рейсами;

– бронирование гостиниц в Москве, Санкт-Петербурге, городах России, странах СНГ и 5 за рубежом;

– организация путешествий по России. ООО «АЭРОТУР» организует групповые и индивидуальные познавательные туры по территории России, учитывая при формировании программ профессиональные и духовные интересы Заказчика. Туры содержат комплекс услуг, включающий организацию перевозок, встреч/проводов, проживания, питания, экскурсионного обслуживания;

– организация поездок за рубеж. ООО «АЭРОТУР» организует групповые и индивидуальные зарубежные поездки по странам Европы, Ближнего Востока, Северной Африки и Юго-Восточной Азии. Оказываются такие услуги, как: оформление паспортно-визовых формальностей, организация пассажирских или чартерных перевозок, перевозок железнодорожным транспортом, встреч/проводов, автотранспортного обслуживания, проживания, питания, экскурсионного обслуживания, медицинского страхования, а также, дополнительные услуги при формировании специализированных программ по профессиональным и духовным интересам Заказчика;

– прием иностранных гостей в России. ООО «АЭРОТУР» разрабатывает программы по организации приема и обслуживания иностранных туристов на территории РФ и стран СНГ. Программы включают посещение культурно-исторических памятников, музеев, зрелищных и спортивных мероприятий, а также, мест, отражающих уклад жизни и современные традиции россиян;

– организация деловых поездок по России и за рубеж. ООО «АЭРОТУР» предлагает для российских и иностранных деловых кругов профессионально-деловые туры с участием в работе заседаний, конференций, конгрессов, в профессиональных мероприятиях, переговорах для заключения контрактов, семинарах, профессиональных специальных курсах, рекламно-информационных турах. Профессионально-деловые туры включают экскурсионные программы с возможным посещением исторических мест и зрелищных мероприятий;

– посещение международных выставок. Являясь официальным партнером многих международных выставок в Москве, компания "АЭРОТУР" предоставляет полный пакет документов для участников и посетителей выставок

– российских и иностранных гостей столицы. ООО «АЭРОТУР» организует поездки по специальным программам с посещением выставок, и предоставляет полный пакет услуг, необходимых для поездки;

– организация конференций, семинаров, тренингов. ООО «АЭРОТУР» предлагает разнообразные программы для организации корпоративных мероприятий, конференций,

семинаров и тренингов, включая подбор помещения, идеально отвечающее поставленным задачам, оформление помещения, фото- и видеосъемку, трансфер и т.д.;

– визовые услуги. ООО «АЭРОТУР» осуществляет оформление деловых въездных виз для 6 иностранных граждан, оформление выездных бизнес-виз для российских граждан и оформление туристических виз;

– организация трансферов, предоставление автомобиля в аренду. Компания «АЭРОТУР» обеспечивает полный процесс логистики: решение всех вопросов по индивидуальным и групповым встречам и проходам в /из аэропортов и ж/д вокзалов, проверке и отслеживание рейсов, своевременное информирование клиентов обо всех изменениях в расписании, оперативное реагирование в экстренных и внештатных ситуациях;

– организация корпоративных мероприятий, праздников, инсентив-туров;

– страхование граждан, выезжающих за рубеж.

В течение нескольких лет ООО «АЭРОТУР» плодотворно сотрудничает с крупнейшими в России страховыми компаниями ООО СК «ВТБ Страхование», СОАО «НСГ» и ОСАО «РЕСО». В настоящий момент в компании работают 88 человек. Все сотрудники компании являются высокопрофессиональными специалистами, способными осуществлять обслуживание требовательных клиентов на должном уровне.

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

Общество с ограниченной ответственностью было зарегистрировано в установленном порядке 12.08.2005г., что отражено в уставе организации и выписке из ЕГРЮЛ (Приложение А).

Полное наименование исследуемой организации - Общество с ограниченной ответственностью «АЭРОТУР». Основным и единственным видом деятельности исследуемой организации является деятельность туристических агентств и туроператоров (код ОКВЭД 79.1).

Форма собственности - частная собственность. Размер уставного капитала – 10 000 руб.

Деятельность ООО «АЭРОТУР» осуществляется в соответствии с действующим законодательством. Бухгалтерский учёт в организации осуществляется в соответствии с учётной политикой, формируемой главным бухгалтером и утверждаемой директором ООО «АЭРОТУР».

Основными элементами учётной политики ООО «АЭРОТУР» является:

– обязанность по ведению бухгалтерского учета возложена на главного бухгалтера;

– бухгалтерский учет ведется с использованием специализированной бухгалтерской компьютерной программы «1С:Бухгалтерия 8», редакция 3.0;

- каждый факт хозяйственной жизни подлежит оформлению первичным учетным документом;

- первичные учетные документы составляются на бумажном носителе или в виде электронных документов, подписанных электронной подписью;

- движение первичных учетных документов регулируется графиком документооборота, утвержденным приказом директора ООО «АЭРОТУР»;

- бухгалтерский учет ведется с применением регистров, предусмотренных используемой бухгалтерской программой «1С:Бухгалтерия 8», ред. 3.0;

- регистры бухгалтерского учета составляются и на бумажном носителе, и/или в электронной форме;

- существенной признается ошибка, составляющая 5 процентов от общей суммы соответствующей статьи бухгалтерской отчетности;

- организация, являясь субъектом малого предпринимательства, исправляет существенные ошибки предшествующего отчетного года, выявленные после утверждения бухгалтерской отчетности за этот год, без ретроспективного пересчета сравнительных показателей отчетности с включением прибыли или убытка, возникших в результате исправления указанной ошибки, в состав прочих доходов или расходов текущего отчетного периода:

- последствия изменения Учетной политики организация отражает в бухгалтерской отчетности перспективно;

- инвентаризация активов и обязательств проводится по распоряжению директора ООО «АЭРОТУР» перед составлением годовой бухгалтерской отчетности, а также в иных случаях, предусмотренных законодательством, в порядке, определенном Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств.

Документы, на основании и в соответствии с которыми ООО «АЭРОТУР» осуществляет свою профессиональную деятельность:

- свидетельство о внесении в единый федеральный реестр туроператоров за реестровым номером РТО 023364;

- свидетельство о внесении в Единый государственный реестр юридических лиц за основным государственным регистрационным номером 1027739042649;

- сертификат IATA № 92-2 2100 6 ;

- договор страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта № 00771-420001-23 от 02/10/2023 с АО «Боровицкое страховое общество», срок действия с 12.12.2023 по 11.12.2024.



### 1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура представляет собой схему взаимодействия подразделений, отделов и сотрудников ООО «АЭРОТУР», отражает иерархию и состав организации, а также функции, права и обязанности руководителей и других работников.

Основные задачи организационной структуры:

- 1) построение понятной внутренней схемы работы организации и координация действий персонала;
- 2) определение зон ответственности, то есть определение, кто отвечает за выполнение той или иной задачи.

Формирование штатного состава в ООО «АЭРОТУР» происходит в соответствии со штатным расписанием. структура управления в соответствии со штатным расписанием представлена на рисунке 1.

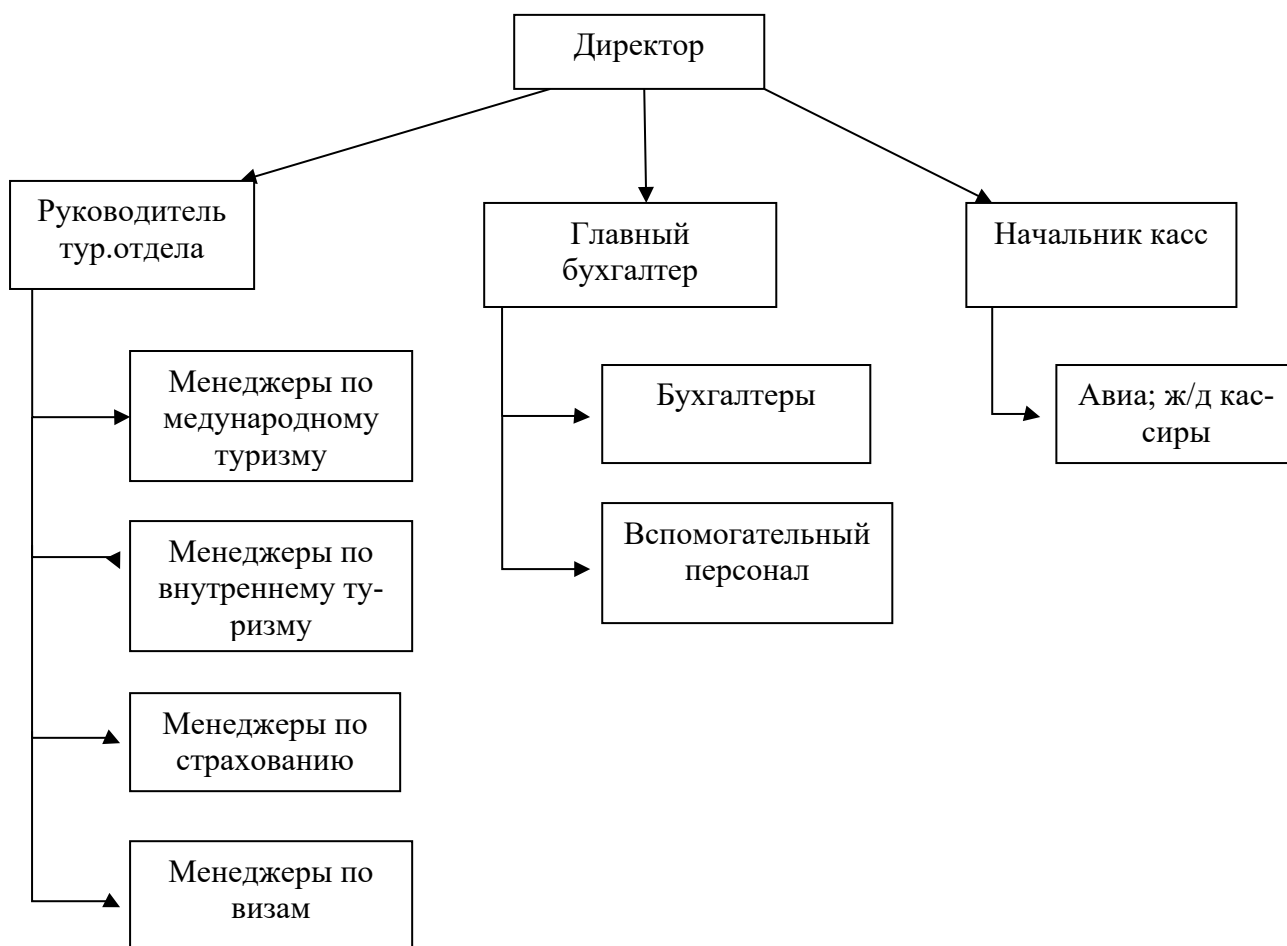


Рисунок 1 – Структура управления ООО «АЭРОТУР»

Руководство ООО «АЭРОТУР» осуществляет директор, основные обязанности которого заключаются в общем руководстве компанией, так и ответственность лежи целиком на нем. Основные функции главного бухгалтера заключаются в формировании достоверной

бухгалтерской (налоговой) на основе первичной документации, для дальнейшего предоставления как внутренним, так и внешним пользователям.

Руководитель тур.отдела – организует работу по изучению требований туристов к туристским продуктам, осуществляет анализ маркетинговых исследований спроса на туристские услуги; осуществляет поиск наиболее выгодных по оплате, срокам и качеству обслуживания партнерских организаций (отели, авиакомпании и проч.).

Основными функциями менеджеров по туризму является: прием и консультирование клиентов, оформление заказов на организацию туристических поездок и путешествий; реализация путевок в санатории, пансионаты, детские лагеря; предложение готовых и выстраивание индивидуальных маршрутов путешествий по заказу клиента; бронирование мест в гостиницах, Директор Руководитель тур.отдела Главный бухгалтер Начальник касс Менеджеры по международному туризму Менеджеры по внутреннему туризму Авиа; ж/д кассиры Менеджеры по страхованию Менеджеры по визам Бухгалтеры Вспомогательный персонал 9 пансионатах и других местах отдыха клиентов; приобретение или бронирование билетов на самолеты, поезда, автобусы, организация трансфера на всем пути передвижения клиента; бронирование билетов в музеи, театры, концертные залы, на стадионы и дворцы спорта, если клиент желает посетить зрелищное мероприятие.

Менеджер по визам осуществляет консультацию клиентов туристической компании по вопросам оформления виз; сбор и обработку документов, который принёс клиент для подачи; заполнение необходимых бланков, анкет; перевод документов (по потребности); запись клиента на личное собеседование и подачу документов (по потребности); подача документов в посольства/консульства/визовые центры; оплата консульского сбора за визы.

Обязанности менеджеров по страхованию включают консультационные услуги, подготовку коммерческих предложений, заключение и сопровождение договоров страхования.

Начальник касс отвечает за: обеспечение денежной наличностью и ценностями работников точки продаж; кассовое-операционное обслуживание клиентов банка; сбор и консолидация денежных средств и ценностей от кассиров по завершению рабочего дня; формирование кассовых документов дня; осуществление контроля приема поддельных денежных знаков; обновление курса валют; подготовка и прием инкассации денежных средств и других ценностей.

В настоящий момент в компании работают 88 человек. В подразделении прохождения практики работают 8 человек. Все сотрудники компании являются высокопрофессиональными специалистами, способными осуществлять обслуживание требовательных клиентов на должном уровне.

#### 1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Компания специализируется в области продажи авиабилетов туристским и туристским организациям. Особой популярностью пользуются авиарейсы в Россию, Турцию, Таиланд, Испанию, Индию, Китай, Францию, Египет, Италию, Чехию, Мексику и Финляндию.

Турфирма «Аэротур» занимается такой деятельностью как:

- бронирование и продажа авиабилетов на любые авиакомпании в любом направлении перелёта;

- работа с ведущими авиакомпаниями;
- помощь в подборе маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- продажа авиабилетов на чартерных рейсах;
- предоставление всех скидок и льгот авиакомпаний;
- регистрация на рейсы некоторых авиакомпаний;
- продажа железнодорожных билетов;
- корпоративное обслуживание организаций.

Также в основные задачи туристской компании «Аэротур» входят:

- составление индивидуальных и групповых туров за рубеж;
- продажа пакетных туров на чартерные авиарейсы;
- бронирование отелей и гостиниц в России и за рубежом;
- продажа экскурсионных, пляжных, горнолыжных, экологических, исторических и природных туров;
- визовая поддержка;
- оформление страховых полисов;
- продажа круизов.

Таким образом туристы могут выбрать абсолютно разнообразные туры разных видов туризма и могут отправиться почти в любую страну в какую пожелают, так как туристская компания «Аэротур» рассматривает многие страны и виды туризма, в каких странах они преобладают. И эта компания точно может подсказать какая страна лучше всего подходит под требования туриста, их безопасности и подскажет наиболее подходящие отели/гостиницы под требования туриста.

#### 1.5 Перспективы развития предприятия

Для развития туристской фирмы ООО «Аэротур» можно предложить составлять туры, касающиеся внутреннего туризма. Можно создать туры по лечебно-оздоровительному, культурно-познавательному, историческому, экологическому, событийному, религиозному, спортивному и экстремальному видам внутреннего туризма. Эти туры привлекут любителей

насладиться природой, узнать больше о истории страны, посетить какие-либо фестивали, олимпиады или может даже экономические форумы. Также туристам может быть интересно поклонение святым местам, либо просто углубиться в религию страны. Также можно рассмотреть создание туров, в которых будет включен рафтинг или езда на мотоцикле.

Эти туры будут иметь большой спрос в таких городах России как: Сочи, Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Минеральные Воды, Махачкала, Казань, Екатеринбург, Самара, Уфа, Архангельск, Великий Новгород, Владимир, Волгоград, Воронеж, Иркутск и многие другие города. Но именно в этих городах лучше всего развит внутренний туризм, и именно в них приоритетней всего создавать и реализовывать туры для туристов.

И именно благодаря турам в этих городах внутреннего туризма туристское предприятие ООО «Аэротур» сможет развиваться в сфере туризма еще больше и будет больше потенциальных клиентов этой турфирмы.

## 2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

### 2.1 Анализ деятельности предприятия

Сейчас турфирма ООО «Аэротур» занимается такой деятельностью как:

– бронирование и продажа авиабилетов на любые авиакомпании в любом направлении перелёта;

- работа с ведущими авиакомпаниями;
- помощь в подборе маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- продажа авиабилетов на чартерных рейсах;
- предоставление всех скидок и льгот авиакомпаний;
- регистрация на рейсы некоторых авиакомпаний;
- продажа железнодорожных билетов;
- корпоративное обслуживание организаций.

Также в основные задачи туристской компании «Аэротур» входят:

– составление индивидуальных и групповых туров за рубежом;

– продажа пакетных туров на чартерные авиарейсы;

– бронирование отелей и гостиниц в России и за рубежом;

– продажа экскурсионных, пляжных, горнолыжных, экологических, исторических и природных туров;

- визовая поддержка;
- оформление страховых полисов;
- продажа круизов.

Также анализируя популярные желания клиентов, можно заметить, что больше всего пользуются спросом следующие страны: Россия, Узбекистан, Турция, Таиланд, Узбекистан, Китай, Казахстан, Грузия, Испания, Индия и Франция. Именно туда чаще всего рвется поток туристов.

Больше всего распространены туры водного, культурно-познавательного, экологического, этнического, лечебно-оздоровительного, религиозного, исторического, спортивного, гастрономического видов туризма. Особенно популярны эти туры в таких странах как: Китай, Турция, Франция, Испания, Италия и Грузия. Именно эти туры приносят больше всего прибыли.

## 2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Развитие туристической индустрии приводит к жесткой конкуренции среди турфирм, следовательно, для повышения конкурентоспособности необходимо не только чутко реагировать на изменение рынка, но и совершенствовать технологии продаж.

Для удовлетворения спроса, и как следствие продвижение продаж, менеджеры ООО «АЭРОТУР» проводят маркетинговые исследования туристического рынка, выявляют сильные и слабые стороны своих маршрутов в сравнении с конкурентами. Для этих целей, раз в неделю проводятся общие собрания на которых обсуждаются как затруднительные ситуации, так и проводится краткий обзор текущих дел. Таким образом, каждый сотрудник способен предоставить информацию клиенту не только в рамках своих компетенций, но и предложить сопутствующие услуги.

Кроме того, не маловажным аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с клиентом. Сотрудник ООО «АЭРОТУР», непосредственно участвующий в процессе продажи, способен не только грамотно презентовать свои маршруты, но и профессионально владеет техникой общения с клиентом.

Общение менеджера ООО «АЭРОТУР» с клиентом осуществляется как по телефону, так и лично, при этом, если это телефонный разговор, технология следующая: голос всегда приветлив, информация излагается кратко, но информативно полно, далее следуют исчерпывающие ответы на поставленные вопросы, в случае, если ответ требует детальной проработки у клиента берутся контактные данные и уточняется период в который он хочет получить ответы.

Не слишком меняется технология и при «живом» общении, лишь не много смещаются акценты. Клиент обратившийся в ООО «АЭРОТУР» должен чувствовать себя комфортно, при этом абсолютно не важно выбивает он бюджетный или VIP вариант.

В случаях возникновения сложных ситуаций, например, возникновения обстоятельств, препятствующих осуществлению поездки в оговоренные сроки, клиенту ООО «АЭРОТУР» создаются необходимые условия для обеспечения клиента туристским пакетом с необходимыми изменениями, предлагаются альтернативные варианты: перенос даты поездки без изменения стоимости путевки; индивидуальный тур на первоначально оговоренную дату, по возможности с минимальной доплатой или без доплаты, но с исключением из туристского пакета части услуг с целью сохранения рентабельности тура; отказ от тура с возвратом стоимости путевки в соответствии с условиями договора; путешествие по другому маршруту.

В конфликтных ситуациях для сохранения имиджа фирмы возможна продажа путевки по себестоимости /ниже себестоимости по согласованию с администрацией.

При обстоятельствах, когда жесткие обязательства по договору с партнерами могут быть не выполнены (например, «горящие» блоки мест), ценовая политика фирмы должна быть гибкой, чтобы свести к минимуму потери ООО «АЭРОТУР».

В случае, если клиент не принял окончательного решения совершить путешествие, а у менеджера на маршруте сложилась ситуация, когда необходимо срочно доукомплектовать группу для получения льготных условий от перевозчика и партнера, менеджер предлагает ему такие скидки, которые устроили бы клиента и в то же время сохранили рентабельность тура для ООО «АЭРОТУР».

Отдельное внимание уделяется клиенту, в поведении которого еще до поездки чувствуется желание создать конфликтную ситуацию, что может повредить комфортному путешествию группы, а также привести к нежелательным для ООО «АЭРОТУР» последствиям. В этом случае менеджер особо тщательным образом, оговаривает с клиентом каждый пункт договора в отдельности.

После завершения путешествия, работа с клиентом не заканчивается, для дальнейшей работы, а может и проведения работы над ошибками, менеджер обязательно интересуется впечатлениями клиента от поездки, мнением о качестве предоставленных ему услуг.

При возникновении претензий к ООО «АЭРОТУР», каждая такая ситуация разбирается тщательно и безотлагательно, в первую очередь это репутационные риски, которых ООО «АЭРОТУР» старается недопускать.

### 2.3 Информационные технологии предприятия

В туристской компании «Аэротур» используются такие информационные технологии как:

1) система автоматизации (эти системы управляют процессами в турфирмах и предприятиях, что позволяет создать эффективное туристское устройство. Они выполняют множество функций, таких как хранение информации о турпакетах, клиентах, отелях и заказах, генерация документов, контроль оплаты туров, финансовая отчетность и другие). Так в туристской компании ООО «Аэротур» используются такие системы как: Само-Тур, Мастер-Тур, CRM Travels.

2) международные системы бронирования (предназначены для бронирования авиабилетов, гостиничных номеров, круизов, и других услуг). Турфирма пользуется системами Skyscanner и RoomGuru,

3) электронная коммерция (системы, позволяющие совершать финансовые операции через интернет, например такие как: Webmoney и PayPal).

Именно знания и опыт работы в этих информационных технологиях упрощает работу на предприятии ООО «Аэротур». С помощью этих программ сотрудники этой туристской

фирмы могут легко забронировать туристу отель / гостиницу, забронировать авиабилет в ту страну, в которую хочет полететь клиент этого предприятия, а также легко зарегистрировать туриста и легко организовать ему поездку. Также с помощью этих программ можно легко сделать ему визу и загранпаспорт.



### 3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Традиционным местом продаж авиабилетов является офис ООО «АЭРОТУР». От его состояния во многом зависит эффективность туристской деятельности. Чистота, аккуратность, наличие офисной мебели, оргтехники, а также квалифицированный и доброжелательный персонал – все это в совокупности располагает потенциальных клиентов и оказывает влияние на конкурентоспособность реализуемых услуг.

Не маловажную роль играет и наличие информации для потребителей. В доступном для обозрения месте располагаются копии: свидетельства о государственной регистрации, лицензии на право осуществления туристской деятельности, сертификата соответствия, рекламные проспекты, каталоги и другие рекламные средства, разобранные по турам.

Значительный удельный вес туристских путевок реализуется на выставках и ярмарках, участие в которых, предоставляет возможность привлечь внимание не только к конкретному продукту, но и к организации в целом.

SEO-продвижение (настройка сайта турфирмы так, чтобы он выдавался под ключевые запросы потенциальных клиентов. SEO-специалисты анализируют по каким фразам и словосочетаниям аудитория может там искать информацию по турам, поездкам, билетам. И с её учётом создают семантическое ядро, по которому продвигается сайт.

SMM-продвижение (продвижение турпродукта через интернет-сервисы (Youtube, Telegram, Vk)

Прямой маркетинг (система сбытов товара посредством обычных средств рекламы, который предполагает непосредственный контакт с потребителем и направлена обычно на получение от него немедленной прямой реакции).

Стимулирование сбыта (турфирмы предлагают скидки, сувениры, подарки)

Ремаркетинг (один из инструментов, который позволяет показывать посетителям ту рекламу, которая релевантна его недавнему запросу, и таким образом перенаправлять его в нужное приложение или платформу) [1].

Стремясь к расширению сбыта, ООО «АЭРОТУР» использует разнообразные формы контакта с потенциальными потребителями.

Личный контакт сотрудников турфирмы с клиентами осуществляется в офисе, с помощью переговоров по телефону, выступлений на радио, телевидении.

Косвенный контакт осуществляется с помощью рассылки рекламных проспектов.

Контакт через агентов. В туристском бизнесе есть своя специфика. Многие

Кроме того, продвижение турпродукта реализуется с помощью контекстной рекламы (реклама, которая показывается пользователям под их ключевой запрос).

## 4 Система обеспечения безопасности

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристской организации «Аэротур».

Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов, сохранность их имущества, а также при совершении путешествий нанесение ущерба местному населению, материальным и духовным ценностям общества, окружающей среде, безопасности государства [3].

Обеспечение комплексной безопасности туристов и объектов туристской деятельности включает действия всех участников туристской отрасли: турагентов и туроператоров, туристских фирм, предприятий общественного питания, коллективных средств размещения, транспортных компаний, государственных служб, ответственных за жизнь и здоровье граждан, и самих туристов.

Основные меры по обеспечению безопасности туристской деятельности направлены на:

- предоставление государственными службами информации о рисках, связанных с туристской деятельностью, туристам и поставщикам туристских услуг, а также предоставление поставщиками туристских услуг информации туристам об основных рисках и мерах по их предотвращению;

- развитие систем экстренной связи и оповещения туристов, информационных систем безопасности на туристских объектах;

- проведение мониторинга состояния безопасности в туризме, включая вопросы профилактики несчастных случаев;

- разработку общих требований безопасности к туристским маршрутам, в особенности к маршрутам, реализуемым в рамках детского туризма;

- обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов при пользовании объектами транспортной и туристской инфраструктуры; модернизацию транспортной и туристской инфраструктуры, транспортных средств и оборудования с учетом требований безопасности; усиленный контроль за соблюдением правил эксплуатации и техническим состоянием объектов транспортной и туристской инфраструктуры, транспортных средств и оборудования, используемого в туристской деятельности;

- обеспечение безопасности жизни и здоровья автотуристов и других групп туристов, использующих автомобильный транспорт, за счет улучшения качества автомобильных дорог и придорожной инфраструктуры;

- увеличение при необходимости численности сотрудников правоохранительных органов и соответствующих объектов инфраструктуры на туристских территориях;

– осуществление специальных мер по обеспечению безопасности при развитии туризма в горной и труднопроходимой местности, спелеологических, водных, промышленных и других объектах, в том числе развитие системы страхования жизни и здоровья туристов на маршрутах повышенной опасности, развитие системы подготовки, введение обязательной аттестации инструкторов и проводников, развитие системы обязательного оповещения Министерством Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий туристов, контроль за оказанием услуг только на зарегистрированном транспорте при сопровождении инструктором, прошедшим аттестацию;

– развитие взаимодействия между Министерством Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий, Министерством внутренних дел Российской Федерации, Федеральной службой безопасности Российской Федерации, Федеральной службой войск национальной гвардии Российской Федерации, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и муниципальных образований, туристско-информационными центрами, поставщиками туристских услуг по вопросам обеспечения безопасности туристов [10].

Таким образом клиенты компании «Аэротур» могут не беспокоиться о своей безопасности во время длительности тура. Экскурсоводы, гиды, руководители туристской группы всегда готовы к чрезвычайным ситуациям и они помогут туристам в случае их возникновения. Также они проинструктируют вас как вести себя в случае возникновения таких ситуаций и помогут их предотвратить.

## 5 Технология формирования профессиональных компетенций

### 5.1 Предоставление турагентских услуг

1) Выявить и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

Сегментация потребительского рынка – это деление всей массы потребителей в соответствии с особенностями и спецификой спроса на некоторые части или сегменты по какому-либо признаку или критерию. При этом внутри каждого сегмента все потребители относительно схожи по этому признаку, а между сегментами заметно отличаются.

Не существует единого стандарта сегментации. На практике для выявления в массе потребителей выбранного вида туризма различных сегментов и их количественных характеристик используются разные критерии:

- критерий целевых предпочтений;
- социально- демографический;
- географический;
- критерий количественных предпочтений;
- критерий транспортных предпочтений;
- критерий уровня предоставляемых услуг.

По критерию целевых предпочтений туристов делят на основании общих целей, преследуемых туристом в его путешествии. Это могут быть:

- отдых;
- лечение;
- познание;
- спортивный туризм;
- экологический туризм;
- обучение;
- паломничество;
- событийный туризм;
- экстремальный туризм;
- приключенческий туризм;
- шоппинг;
- деревенский туризм;
- деловой туризм и т. д.

По социально-демографическому критерию рынок делят, например, на следующие сегменты: школьники – студенты – семьи с детьми – люди зрелого возраста – пенсионеры.

По географическому критерию потребителей делят на основании их предпочтений, связанных с той или иной дестинацией. Есть туристы, предпочитающие отдыхать в Крыму или в

Краснодарском крае. Другие предпочитают страны Средиземноморья. Третьих привлекают экзотические страны Юго-Восточной Азии. Четвертые остаются приверженцами Европы и т. д.

Критерий количественных предпочтений делит потребителей на два сегмента:

- туристы-индивидуалы, предпочитающие путешествовать в одиночку или с семьей;
- групповые туристы, путешествующие в произвольных группах.

По критерию транспортных предпочтений туристов делят на:

- потребителей авиатуров;
- потребителей автотуров или автобусных туров;
- потребителей железнодорожных туров;
- потребителей круизов.

По критерию уровня предоставляемых услуг и турпродуктов потребителей можно разделить на условные группы-сегменты, отличающиеся уровнем потребляемых услуг и турпродуктов. Для реализации такого подхода необходимо все возможные уровни туруслуг и турпродукта, а также неотделимого от них уровня обслуживания разделить на ограниченное число групп, каждая из которых имеет свой диапазон уровня.

В туризме для характеристики уровня отдельных предоставляемых услуг, турпродукта и, собственно уровня обслуживания, используют условное деление на несколько уровней, называемых классами обслуживания:

- люкс или VIP класс;
- первый класс;
- туристский класс;
- экономичный класс.

Класс «люкс» (VIP-класс) характеризует услуги и обслуживание самого высокого уровня. Это средства размещения самого высокого уровня, перелеты самолетами бизнес-авиации, переезды по железной дороге в вагонах «люкс», питание в лучших ресторанах, трансферы на автомобилях класса «люкс», индивидуальные экскурсии, специальная охрана клиента и т. п.

Первому классу соответствуют средства размещения уровня 4-5 звезд, перелеты бизнес-классом или переезды в вагонах первого класса, питание в ресторанах соответствующего уровня, индивидуальный трансфер и т. п.

Туристскому классу соответствуют средства размещения уровня 3-4 звезды, перелеты или переезды эконом-классом, питание в соответствующих ресторанах, групповой трансфер, групповые экскурсии и т. п. Этим уровнем обслуживания пользуется большая часть современных туристов.

Экономичный (бюджетный) класс – наиболее дешевый уровень обслуживания: средства размещения – общежития, турбазы, гостиницы уровня 1 - 2 звезды, питание – завтрак с ограниченным ассортиментом блюд, активное использование общественного транспорта и т. п.

Теперь в соответствии с введенными классами обслуживания, потребителей условно можно разделить на несколько групп:

- потребители туров экономкласса;
- потребители туров туркласса;
- потребители туров первого класса;
- потребители туров VIP класса.

Приведенное деление потребителей было бы универсальным, если бы стоимость одних и тех же услуг, относящихся к конкретному классу обслуживания, была примерно одинаковой в разных странах. На практике стоимость услуги либо тура заданного уровня может в разных странах различаться очень существенно. Поэтому конкретный потребитель за одну и ту же сумму в одном случае купит тур первого класса, а в другом тур туристского класса обслуживания.

Поэтому в практике турбизнеса туроператоры при сегментировании рынка чаще пользуются критерием ценовых предпочтений, который определяет введенную выше ценовую категорию покупаемого турпродукта. В соответствии с таким критерием всех потребителей условно можно разделить так же на четыре группы. Для конкретной страны это деление может выглядеть, например, следующим образом

- потребителей, покупающих туры ценой до 20.000 рублей;
- потребителей, покупающих туры ценой от 20.000 рублей до 50.000 рублей;
- потребителей, покупающих туры от 50.000 рублей до 100.000 рублей;
- потребителей, покупающих туры ценой выше 100.000 рублей.

Указанные цифры безусловно связаны с уровнем услуг и обслуживания и было бы удобно привязать их к описанным классам обслуживания, но существующая в разных странах заметная разница цен на услуги и турпродукты одного уровня затрудняет такую привязку, хотя в конкретной стране в конкретный период времени любую услугу данного класса обслуживания можно характеризовать определенным диапазоном цен.

В последние годы чаще стали применять комплексные критерии сегментации:

- географический;
- социодемографический, описывающий персональные характеристики туристов (пол, возраст, семейное положение, образование, доходы);
- психографический, описывающий образ жизни туристов, их деятельность и интересы.

При всей условности применяемой сегментации, она, тем не менее, позволяет выявить очень важные для нас как для туроператора параметры и характеристики интересующей нас группы потенциальных покупателей.

При сегментации потребительского рынка желательно учитывать факторы, влияющие на его емкость, стабильность, покупательский спрос его участников. Речь идет о факторах, подчиняющихся определенным закономерностям. К таким факторам можно отнести:

- позитивные или негативные экономические тенденции;
- изменение демографических факторов;
- постепенное изменение образа жизни населения;
- изменение уровня образования и т. д.

Для решения тех или иных задач используют разные критерии сегментации рынка. Выявив определенные характеристики покупателей данного турпродукта, можно, например, выбрать оптимальные способы продвижения турпродукта на рынок.

Итак, нам необходимо выявить потребности и предпочтения покупателей выбранных нами продуктов. Зная их, мы сможем создать свой турпродукт, способный удовлетворить эти потребности и предпочтения и сделать этих потребителей покупателями нашего турпродукта.

В этом подходе интересующие туроператора потребности и предпочтения покупателей, связанные с выделенными турпродуктами, выявляются путем детального изучения свойств этих турпродуктов.

Вместо сложных, дорогостоящих, и при этом, обладающих низкой достоверностью исследований потребительского рынка по выявлению потребностей и предпочтений потребителей, интересующихся выбранным нами видом туризма, изучаются свойства выделенных исходных турпродуктов, которые уже пользуются у покупателей высоким спросом. Следовательно, свойства этих продуктов удовлетворяют основные туристские потребности покупателей в данном виде туризма.

Можно сказать, что удачно созданный каким-то туроператором турпродукт сам через рынок выявил ту группу людей, которые интересуются данным видом туризма. А проявив высокий интерес к данному турпродукту, эта группа людей выявила и свои потребности в данном виде туризма. Очевидно, что эти потребности проявляются в свойствах указанного турпродукта. Состав же услуг турпродукта дает самую поверхностную информацию о потребностях покупателей этого турпродукта.

Уточнение выявленных потребностей.

Стоит отметить, что бурное развитие интернет-коммуникаций привело к созданию многочисленных форумов покупателей турпродуктов. При этом для нас важно, что существует множество форумов по конкретным видам турпродукта. Если мы найдем форум,

посвященный интересующему нас турпродукту, мы можем получить важную дополнительную информацию.

Анализируя имеющиеся на интернет-форумах мнения потребителей исходного турпродукта и подобных ему, можно не только уточнить потребности и предпочтения наших будущих покупателей, выявленные нами при изучении свойств этого продукта, но и выявить его недостатки, учесть наиболее характерные пожелания покупателей и, возможно, выявить нарождающиеся потребности и предпочтения потребителей.

Поскольку все выбранные исходные турпродукты относятся к одному виду туризма, можно отметить, что изучение всей совокупности выбранных продуктов позволяет выявить потребности и предпочтения потребителей гораздо глубже, чем в случае изучения лишь одного турпродукта, хотя это и связано с дополнительными усилиями.

Туроператору важно понимать необходимость детального выявления свойств исходного турпродукта, что автоматически дает детальное понимание потребностей и предпочтений потребителей этого турпродукта.

А детальное знание потребностей и предпочтений потребителей может позволить безошибочно создать свой турпродукт, который будет востребован этими потребителями.

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

Туроператор – юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по формированию туристского продукта, его продвижению на рынок, а также по реализации.

Под формированием тура понимается составление упорядоченных и взаимоувязанных по срокам, целеполаганию, согласованной по стоимости и качеству, последовательности услуг и работ, заключение договоров на их предоставление, надлежащее бронирование и резервирование.

Под продвижением понимается комплекс работ по генерации мотивации у потенциального потребителя к их приобретению или более упрощенно: по рекламе туров и услуг. Иными словами, туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам.

Термин «реализация» имеет двоякое толкование: а) продажа, б) исполнение. Обычно туроператор осуществляет только оптовую продажу туристского продукта туристским



агентам-оптовикам, которые далее распределяют продукт по районам и регионам и продают через местные туристские агентства. Оптовики именуются wholesalers. Розничную продажу туров собственно потребителю – туристу – осуществляет туристское агентство иногда туроператор при себе формирует особое структурное подразделение – центральное туристское агентство по розничной продаже туров, занимающееся не только обслуживанием туристов, но и координацией всей агентской работы.

На практике среди предприятий сферы туризма количество туроператоров не более 5 процентов, а турагентств 95 процентов.

Кроме того, туроператор несет ответственность за исполнение туристского продукта перед потребителем (туристом) и на практике осуществляет контроль и оперативное сопровождение туристского продукта (по крайней мере для туристских групп – всегда).

Обычно для осуществления функций туроператора необходима не только регистрация предприятия как такового в качестве юридического лица или предпринимателя без образования юридического лица, но и приобретение специальной лицензии на осуществление такой деятельности.

Так, в России приобретение лицензии требуется только на осуществление международной туристской деятельности. Деятельность в сфере внутреннего туризма лицензии и особой регистрации не требует. Туроператор несет ответственность перед потребителем туристского продукта. Потребитель именно у него приобретает пакет услуг, в который входят услуги многих различных предприятий. Эта ответственность предусматривает определенные гарантии туроператора (гарантию банка под депозит определенной суммы средств или иное обеспечение, страхование профессиональной ответственности, если таковое возможно по законам лицензирования). В различных странах устанавливается разный уровень обеспечения ответственности, например от 10 до 250 тыс. USD.

## 2) Информирование потребителя о туристских продуктах.

Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора.

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

- о потребительских свойствах (качестве) туристского продукта;
- программе пребывания, маршруте и условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории) и питания, услугах по перевозке потребителя в стране (месте) временного

пребывания, о наличии экскурсовода (гида), гида-переводчика и инструктора-проводника, а также дополнительных услугах;

– об общей цене туристского продукта в рублях, о правилах и условиях эффективного и безопасного использования туристского продукта;

– о конкретном третьем лице, которое будет оказывать отдельные услуги, входящие в туристский продукт, если это имеет значение, исходя из характера туристского продукта;

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

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

– об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

– порядке доступа к туристским ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

– об опасностях, с которыми потребитель может встретиться при совершении путешествия, о необходимости проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями, если потребитель предполагает совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой он может подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний;

– о возможных рисках и их последствиях для жизни и здоровья потребителя в случае, если потребитель предполагает совершить путешествие, связанное с прохождением маршрутов, представляющих повышенную опасность для его жизни и здоровья (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты, занятие экстремальными видами туризма и спорта и другие);

– о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

– о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране (месте) временного пребывания, в которые потребитель может обратиться в случае возникновения в стране (месте) временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств,

угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу потребителя;

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

- о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;
- об иных особенностях путешествия.

Указанная информация доводится до сведения потребителя в наглядной и доступной форме путем ее размещения в каталогах, справочниках, описаниях туристского продукта, а также иными способами, не противоречащими законодательству Российской Федерации.

3) Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

Туристский продукт формируется туроператором по его усмотрению исходя из конъюнктуры туристского рынка или по заданию туриста или иного заказчика туристского продукта (далее – иной заказчик).

Туроператор обеспечивает оказание туристу всех услуг, входящих в туристский продукт, самостоятельно или с привлечением третьих лиц, на которых туроператором возлагается исполнение части или всех его обязательств перед туристом и (или) иным заказчиком.

Туроператор и турагент несут предусмотренную законодательством Российской Федерации ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств как друг перед другом, так и перед туристом и (или) иным заказчиком. Туроператор и турагент самостоятельно отвечают перед туристом и (или) иным заказчиком.

По договору о реализации туристского продукта, заключенному турагентом, туроператор несет ответственность за неоказание или ненадлежащее оказание туристу и (или) иному заказчику услуг, входящих в туристский продукт, независимо от того, кем должны были оказываться или оказывались эти услуги.

Туроператор отвечает перед туристом или иным заказчиком за действия (бездействие) третьих лиц, оказывающих услуги, входящие в туристский продукт, если федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации не установлено, что ответственность перед туристом или иным заказчиком несет третье лицо.

Продвижение и реализация туристского продукта осуществляются турагентом на основании договора, заключенного туроператором и турагентом. Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта по поручению туроператора.

В договоре, заключаемом между туроператором и турагентом, должны содержаться:

- условия продвижения и реализации турагентом туристского продукта;
- полномочия турагента на совершение сделок с туристами и (или) иными заказчиками от имени туроператора;
- условие, предусматривающее возможность (невозможность) заключения турагентом субагентских договоров;
- порядок взаимодействия туроператора и турагента в случае предъявления им претензий туристов или иных заказчиков по договору о реализации туристского продукта, а также в случае необходимости оказания экстренной помощи туристу;
- условие, предусматривающее возможность осуществления выплат туристам и (или) иным заказчикам страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии в случае заключения договора о реализации туристского продукта между туристом и (или) иным заказчиком и турагентом;
- взаимная ответственность туроператора и турагента, а также ответственность каждой из сторон перед туристом и (или) иным заказчиком за непредставление или представление недостоверной информации о туристском продукте, за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта.

#### 4) Расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

Стоимость индивидуального тура зависит от многих факторов: маршрут, класс гостиницы, время года, вид отдыха и так далее.

Стоимость тура складывается из следующих пунктов:

- дорога: трансфер (от вокзала или аэропорта к гостинице и обратно и между пунктами отдыха), стоимость топлива, оплата дорог, парковок, амортизация машины – 20 евро за каждые 100 км (кроме стран, где дороги оплачиваются по участкам дополнительно);
- гостиницы, пансионаты (часто с завтраками);
- услуги гида-водителя.

При этом стоимость тура высчитывается на группу, а потом делится эта стоимость на всех. Тур на заказ с определенным бюджетом:

В случае, если необходимо заказать оригинальный тур с ограниченным бюджетом, решающим фактором становится определенная сумма денег, которую вы готовы потратить на путешествие, и ваши туристические желания. Можно выбрать класс гостиниц и количество поездок, а турфирма организует путешествие так, чтобы поездка была как можно более комфортной.

В стоимость тура не входит:

- покупка железнодорожных или авиабилетов;
- стоимость получения виз;
- медицинские страховки;
- стоимость входных билетов в музеи, на корабли, поезда, фуникулеры и т.д.;
- питание (кроме того, что полагается в пансионе или гостинице);

#### 5) Оформление турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

Для того чтобы заказать тур, необходимо заключить договор с турфирмой. После этого менеджер займется бронированием тура. После получения от партнеров подтверждения о бронировании менеджер сразу же свяжется с клиентом. Если тур успешно забронирован, клиент оплачивает тур и получает на руки основной договор и туристскую путевку.

Для пребывания в некоторой стране необходимо оформление визы, то нужно передать Вашему менеджеру (для передачи в Консульство) паспорта и все необходимые для получения визы документы: справки, фотографии и др. С полным перечнем документов и тонкостями по их подготовке и заполнению с удовольствием ознакомят опытные менеджеры компании.

Для посещения визовой страны во избежание материальных убытков в случае отказа Консульства страны планируемого пребывания в выдаче визы, рекомендуют заключить «Договор страхования от невыезда» (особенно это касается стран Шенгенской зоны, Великобритании, США, Канады и некоторых других), чтобы деньги клиента в случае не оформления визы вернулись.

Весь пакет документов на выезд – авиа (ж/д) билеты, страховые полисы, ваучеры на трансфер и на отель (а также паспорта с визами) будут ждать уже в аэропорту (ж/д вокзале) в день вылета (отъезда). Иногда, в случае особой необходимости, возможно заранее (за день-два до вылета или отъезда) забрать эти документы из нашего офиса. Если для клиента это необходимо, нужно заранее связаться с менеджерами для уточнения возможности такой доставки документов.

#### б) Выполнение работы по оказанию визовой поддержки потребителю.

Порядок оформления визы:

Прежде всего нужно подготовить и собрать определенный пакет документов.

Сейчас практически во всех посольствах Европейских стран (стран Шенгенского Соглашения) список документов необходимых для оформления визы унифицирован.

- 1 Заявление – анкета туриста
- 2 Фотографии (определенного образца);
- 3 Копия паспорта гражданина РФ;
- 4 Справка с места работы;
- 5 Список покупок дорожных (трэвл) чеков;

6 Действующий загранпаспорт (с необходимым запасом в 3-6 месяцев до окончания срока его действия в зависимости от страны посещения);

Все эти документы будущий турист должен собрать и передать менеджеру турагентства за определенный (жесткий) срок до начала тура.

Если с одним из родителей едет на отдых ребенок, то необходимо предоставить от второго родителя дополнительный документ, который называется «Согласие на вывоз ребенка за границу», а также свидетельство о рождении ребенка или загранпаспорт на ребенка, если ему больше 14 лет.

После того как все документы собраны, турагентство переправляет их туроператору. Туроператор в свою очередь в соответствии с требованиями к порядку оформления визы в конкретном посольстве, добавляет к Вашим документам еще билеты (или бронь) в оба конца на Ваше имя, страховой полис, бронь отеля и сдает весь этот комплект уже сам непосредственно в посольство. Следует отметить, что все посольства за рассмотрение документов взимают с туриста, так называемый, консульский взнос, ориентировочно в размере 60 долларов с паспорта, который не входит в стоимость тура, и который в случае отказа не возвращается.

#### 7) Оформление документов строгой отчетности.

Турпутевка печатается на листе любого формата. К турпутевке применяются меры по обеспечению защиты от подделки.

В верхней части турпутевки указывается следующая информация: сведения об утверждении формы бланка «Утверждена Министерством финансов РФ» с пропуском строк для заполнения числа, месяца и года утверждения, «Код по ОКУД» с пропуском строки для заполнения кодов формы бланка по Общероссийскому классификатору управленческой документации.

Бланк содержит шестизначный номер и серию в буквенном выражении, которые проставляются изготовителем бланков.

Понятия, применяемые в бланке строгой отчетности:

Туристская путевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности;

Бланк содержит:

– реквизиты туроператора/турагента, указываются полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, телефон реестровый номер туроператора в едином федеральном реестре туроператоров, ИНН, код по ОКПО;

– реквизиты турагента, для юридического лица указываются: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

– реквизиты заказчика туристского продукта, указываются для физического лица: фамилия, имя, отчество физического лица, заказывающего туристский продукт, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства; для юридического лица: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

– реквизиты туриста, указываются фамилия, имя, отчество физического лица, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства.

В поле «Вид туристского продукта (путешествия)» указывается наименование туристского продукта (путешествия) в соответствии с ОКУН.

В поле «Единица измерения туристского продукта (путешествия)» указывается количество дней на одного человека.

В поле «Общая цена туристского продукта» указывается сумма в рублях, в том числе прописью.

Бланк содержит указание на то, что турпутевка является неотъемлемой частью договора о реализации турпродукта с пропусками строк для последующего заполнения даты и номера договора.

На бланке указываются сведения об изготовителе (сокращенное наименование, ИНН, место нахождения), номер заказа и год его выполнения, тираж бланков строгой отчетности.

## 5.2 Предоставление услуг по сопровождению туристов

1) Контроль готовности группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.

Руководитель туристской группы во время сопровождения группы туристов отвечает за дисциплину и порядок в группе, за полное и качественное обслуживание, за соблюдение сроков пребывания за рубежом, за соблюдением маршрута следования, за безопасностью жизни и здоровья туристов, за сохранность имущества туристов, за охрану окружающей среды.

Перед началом туристского маршрута руководитель группы должен:

– прийти в офис фирмы за получением пакета документов не позднее 17.00 за день до выезда.

– проверить комплектность документов для туристической поездки и правильность их оформления.

– ознакомиться с:

1) программой тура, описанием маршрута;

2) данными о стране посещения, местными особенностями, обычаями, законами и правилами поведения;

3) инструкциями о действиях в чрезвычайных ситуациях (болезни, смерти туриста, задержания туриста властями, пожаре, аварии на транспорте и др.);

4) адресами и телефонами посольства, консульства или представительств России, ассистента страховой компании, полиции, ближайшего госпиталя, принимающей фирмы.

Получить:

– проездные групповые и индивидуальные документы;  
– 4 визированных списка (если список на авиа, или железнодорожный переход или разные переходы на заход и выход, то 5 визированных списков);

– 4 ксерокопии списка;

– 1 пачка с ксерокопиями паспортов туристов;

– приглашение;

– доверенность руководителя;

– лист посадки туристов с телефонами и адресам;

– телефоны принимающей компании;

– данные о таможенных и фискальных формальностях при прохождении границы;- данные о транспорте (график, номер рейса, время отправления, пункты пропуска через границу РФ, наименование пунктов назначения) в период прохождения маршрута;

– данные о поясном времени по месту тура, а также о ценах, тарифах на услуги связи и иные типовые услуги, которые могут понадобиться руководителю и туристам;

– акт по оформлению страхового случая;

– необходимый набор медикаментов для оказания первой медицинской помощи.

При посадке в автобус руководитель должен представиться сам и напомнить туристам, с какой фирмой они едут.

Во время посадки туристов в автобус необходимо проверить наличие документов:

1) загранпаспорт (загранпаспорт надо сверить с визированным списком);

2) если это ребенок до 18 лет, и он следует с одним из родителей – оригинал свидетельства о рождении плюс паспорт РФ родителя + загранпаспорт;

3) если ребенок выезжает без сопровождения родителей – согласие на сопровождающее лицо, загранпаспорт, оригинал свидетельства о рождении. В случае снятия туриста с маршрута при прохождении пограничного контроля, связанного с невыполнением должностных обязанностей (при посадке туриста в автобус руководитель не проверил документы), доставка туриста до места проживания производится за счет руководителя групп.



Руководитель обязан провести краткий инструктаж с туристами по технике безопасности, профилактике и предупреждению холеры и основным правилам пребывания на территории страны (собрать подписи в инструктаже).

Во время пребывания на маршруте руководитель не должен производить никаких дополнительных оплат, кроме тех, которые ему сообщили в офисе. Если идет любое отклонение от программы – сообщить в офис РФ. За любые совершенные им действия и самостоятельно принятые решения, в результате которых фирма несет убытки, руководитель несет финансовую ответственность. Поэтому во избежание подобных случаев – позвонить в офис (или на сотовые ответственных менеджеров) и сообщить о возникшей ситуации.

2) Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.

Инструктаж туристов перед поездкой является очень ответственным моментом и завершающим этапом работы с клиентом перед началом путешествия. Поэтому менеджер туристской организации должен предоставить полную информацию о предстоящем туре и ответить на все вопросы клиентов. Инструктаж проводится в устной форме.

Инструктируя туриста о правилах поведения на маршруте представители туристских компаний должны обратить внимание туриста на следующее:

1) избегать экстремальных и опасных для пребывания маршрутов, стран, мест, точек и т. д. За границей необходимо соблюдать элементарные нормы разумной осторожности, уважать положения местного законодательства, традиции и обычаи тех стран, куда направляются россияне;

2) пересекая границу, турист столкнется с рядом формальностей при прохождении пограничного и таможенного контроля. Наиболее распространенные нарушения таможенных правил – несоблюдение запрета (или количественных ограничений) на ввоз и вывоз товаров, недостоверное или неполное декларирование провозимых через границу вещей. За такие нарушения может быть предусмотрен штраф, конфискация товаров или другие санкции

При пересечении границы туристу следует воздержаться от выполнения просьб случайных людей пронести через пункты досмотра чужие вещи под предлогом перевеса багажа и т. п., а также не принимать (в том числе за вознаграждение) от незнакомых лиц для последующей передачи письма, посылки, багаж и другие предметы, которые могут быть использованы в качестве тайников для незаконного перемещения наркотических средств, взрывных устройств, отравляющих веществ и возбудителей опасных болезней;

3) во время пребывания за границей хранить паспорт в надежном месте (например, в сейфе гостиницы), не отдавать его никому в качестве залога. Если во время поездки паспорт туриста будет утрачен, необходимо обратиться в российское дипломатическое

представительство или консульское учреждение за свидетельством на въезд (возвращение) в Российскую Федерацию.

Также рекомендуется сделать несколько копий билетов, страниц паспорта (как заграничного, так и внутреннего) с личными данными и имеющимися в нем отметками, водительского удостоверения, кредитных карт, турпутевки, приглашений, страхового полиса. Они пригодятся, например, в случае утери загранпаспорта. Хранить копии документов следует отдельно от их оригиналов;

4) во многих странах жестко ограничено курение в общественных местах, ресторанах и барах, предусмотрен высокий штраф за выброс любого мусора в не предназначенных для этого местах;

5) российским гражданам за границей следует уважать образ жизни местного населения, быть терпеливыми, не грубить, не повышать голоса, не проявлять высокомерия и пренебрежения к местной культуре, не допускать оскорбительных высказываний по отношению к руководителям страны пребывания;

6) посещая крупные торговые центры или места массового скопления людей, принимать меры предосторожности и следить за сохранностью личных вещей и документов. Денежные средства разложить по разным карманам. В магазинах выбранный товар до оплаты следует держать в предназначенной для покупок корзине или тележке, а товарные чеки рекомендуется сохранять вплоть до прибытия к месту проживания (встречаются факты проверки покупателей уже после их выхода из торговых комплексов);

7) совершая пешие прогулки, выбирать людные места, взять с собой карту города. В случае если кто-то поблизости начинает вести себя вызывающе либо совершает хулиганские действия, следует покинуть это место. Воздерживайтесь от приема алкогольных, прохладительных напитков и сигарет, предлагаемых незнакомыми людьми. Их целью может быть совершение противоправных действий;

8) если туристы планируют взять напрокат автомобиль, тщательно проверить наличие и правильность оформления всех документов, особенно страховки, чтобы в случае аварии не понести крупных расходов по возмещению ущерба. При поездке на автомобиле не забывайте брать карту местности. Запомните номер вашего автомобиля. Двери блокируйте, а окна, если это необходимо, открывайте лишь частично. Выходя из автомашины даже на короткое время, запирайте ее. На многорядных шоссе лучше держаться ближе к центру дороги. Не рекомендуется подвозить незнакомых людей, особенно в непосредственной близости от таможенных и контрольно-пропускных пунктов на границе;

9) если в отношении туриста совершена кража или нападение, прежде всего нужно сообщить о случившемся в правоохранительные органы для возможного раскрытия

преступления по горячим следам и проведения расследования. Необходимо составить протокол, в случае кражи – с указанием списка пропавших вещей и их примерной стоимости. Рекомендуется также сообщить о случившемся руководителю туристской группы, если таковой имеется, или представителю туркомпании;

10) если состояние здоровья лица, планирующего совершить путешествие, требует особых условий перевозки либо угрожает безопасности этого лица или других лиц, что подтверждается медицинскими документами или жалобами со стороны других туристов, а равно создает существенные неудобства для других лиц, такому лицу может быть отказано в участии в туре на момент выявления данного состояния.

### 3) Координация и контроль действий туристов на маршруте.

За координацией и контролем действий туристов на маршруте назначается ответственным руководитель туристской группы.

В его обязанности входят:

1) проводить организационное собрание туристской группы;

2) организовывать прохождение туристами паспортного, таможенного и иного контроля в пункте назначения при въезде в зарубежную страну, а также выезде из нее;

3) осуществлять контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы;

4) оформлять соответствующие документы (ваучер, отчет, пр.);

5) постоянно находиться с туристской группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов;

### б) Информировать туристов:

– о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и правилах пребывания в ней;

– о правилах ввоза и вывоза из страны имущества, товаров, сувениров, пр.;

– о валютном и таможенном контроле;

– об обычаях местного населения;

– о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной;

– о состоянии окружающей природной среды;

– о санитарно-эпидемиологической обстановке;

– об условиях обеспечения личной безопасности, соблюдения потребительских прав и сохранности имущества туристов;

– о правилах оформления проката легкового транспорта в стране временного пребывания;

– об условиях получения неотложной медицинской помощи.

7) осуществлять контроль и координацию качества обслуживания туристов принимающей стороной;

8) в случае ненадлежащего выполнения принимающей стороной условий обслуживания немедленно информирует руководство агентства об отклонениях от программы;

9) в случае заболевания туриста совместно с представителем принимающей стороны и страховой компании принимает срочные меры по оказанию медицинской помощи;

10) в случае возникновения форс-мажорных обстоятельств (стихийных бедствий, военных действий, забастовок и т.д.) связывается с российским консульством (посольством), специальными органами, созданными в связи с чрезвычайными ситуациями, собирает группу и проводит инструктаж по обеспечению безопасности здоровья и жизни туристов;

11) оформлять в установленном порядке ваучеры на обслуживание туристских групп, опросные листки;

12) информировать туристов о возможности возникновения факторов риска на каждом конкретном маршруте;

13) принимает меры по разрешению конфликтных ситуаций с местным населением, представителями правоохранительных и иных органов;

14) осуществлять хранение документов, переданных туристами для организации обслуживания;

15) организовывать возвращение туристов на отправную базу;

16) подготавливать и сдавать отчет о туристической поездке руководителю агентства.

4) Обеспечение безопасности туристов на маршруте.

Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

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

Безопасность туристов (экскурсантов) обеспечивается посредством реализации комплекса мер организационно-технического, дипломатического, финансового, правоохранительного и иного характера, направленных на снижение рисков до приемлемого

уровня, путем четкого разграничения и выполнения обязанностей всеми участниками процесса оказания туристских услуг и соблюдением туристами требований личной безопасности.

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

1) информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;

2) выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;

3) страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;

4) обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических медицинских прививок;

5) оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

6) обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);

7) обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами; защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;

8) обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;

9) сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;

10) применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;

11) оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

5) Контроль качества обслуживания туристов принимающей стороной.

ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. «Проектирование туристских услуг».

Документация, детализирующая требования к процессу обслуживания туристов, должна содержать:

1) описания процессов, форм и методов обслуживания туристов;

- 2) значения характеристик процесса обслуживания туристов;
- 3) требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- 4) количество необходимого персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- 5) договорное обеспечение поставок изделий и услуг;
- 6) гарантии.

В документации по контролю качества должны быть установлены формы, методы и организация контроля за осуществлением процесса обслуживания туристов с целью обеспечения его соответствия запроектированным характеристикам.

Проектирование контроля качества включает:

- 1) определение ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристики услуги;
- 2) определение методов корректировки характеристик услуги;
- 3) определение методов оценки контролируемых характеристик.
- 6) Оформление отчетной документации о туристской поездке.

Отчетные документы содержат сведения о результатах деятельности организации, учреждения, предприятия за определенный отрезок времени (год, полугодие, квартал, месяц, декада) и выполняют функцию обратной связи. Эти результаты сравниваются с показателями, которые были намечены в программе и плане организации. Анализ этих документов дает хорошую возможность корректировать деятельность организации и совершенствовать характер и содержание выполняемых работ, организационную структуру, кадровый состав организации, обеспечение ее ресурсами (финансовыми, материальными и др.) и т. д.

Отчетную документацию можно разделить на следующие комплексы документов:

- 1) государственная статистическая отчетность;
- 2) ведомственная отчетность;
- 3) внутриучрежденческая отчетность.

Госкомстат России разрабатывает для всех организаций, учреждений и предприятий формы документов государственной статистической отчетности. Правила составления этих документов установлены в Положении о порядке предоставления государственной статистической отчетности в Российской Федерации (утвержденным постановлением Госкомстата от 14 августа 1992 года под № 130). Министерствами и ведомствами разрабатываются формы документов ведомственной отчетности. Федеральные органы исполнительной власти разрабатывают формы ведомственной отчетности, которые являются обязательными для всех учреждений, организаций и предприятий (отрасли и межотраслевые).

Кроме того, в каждой организации составляется внутренняя отчетность о выполнении планов, заданий, разовых поручений или поручений вышестоящей организации. Такие документы составляются специалистами соответствующих структурных подразделений и передаются на рассмотрение руководству данной (или вышестоящей) организации. Внутриучрежденческие отчетные документы могут составляться в виде отчета или справки отчетного характера.

### 5.3 Предоставление туроператорских услуг

#### 1) Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

Центральным советом по туризму и экскурсиям утверждены единые формы маршрутной документации, которую группы туристов оформляют в процессе подготовки к походу и частично во время похода. Правильно оформленные маршрутные документы дают возможность преимущественного размещения самодеятельных туристов в туристских учреждениях – кемпингах, турбазах, тургостиницах. На основании этих документов осуществляется учет работы туристских коллективов, кроме того, маршрутные документы являются основанием для получения спортивных разрядов.

Документом, дающим право на проведение похода выходного дня и некатегорийного похода и путешествия, является маршрутный лист установленного образца (форма № 3 тур). В маршрутный лист записываются сведения об организации, проводящей поход (путешествие), о районе его проведения, руководителе и членах туристской группы, а также о типе транспортных средств. Приводятся в этом документе и план похода, схема маршрута.

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

Для проведения похода и путешествия I-V категорий сложности требуется маршрутная книжка установленного образца (форма № 5 тур), которая оформляется на основании заявочной книжки (форма № 4 тур). Заявочная книжка в двух экземплярах оформляется так же, как и маршрутный лист. В ней приводятся подробные сведения о группе, маршруте и подготовке к путешествию. В том числе в этой книжке требуется указать спортивную квалификацию и опыт каждого туриста. Здесь же туристы подписями удостоверяют свое знание правил, которые нужно соблюдать в пути. Заполняется большой раздел о материальном обеспечении группы (имеются в виду снаряжение групповое и индивидуальное, а при необходимости и продукты питания, ремонтный, набор и т. п.).

Прежде чем руководитель группы получит от МКК бланк маршрутной книжки (форма № 5 Тур) или маршрутного листа (форма № 3 Тур), он должен сдать ответственному секретарю комиссии полностью заполненный бланк заявочной книжки или второй экземпляр маршрутного листа, в которых имеются все сведения об участниках похода и маршруте группы, необходимые для организации в случае получения сигнала бедствия поисково-спасательных работ. Заявочная книжка (в двух экземплярах) вместе с заполненной маршрутной книжкой представляется на рассмотрение маршрутно-квалификационной комиссии (МКК) соответствующих добровольных спортивных обществ (ДСО), ведомственных физкультурных организаций, туристских клубов, федераций туризма советов по туризму и экскурсиям. При положительном заключении маршрутно-квалификационной комиссии руководителю группы выдаются пронумерованные, зарегистрированные маршрутная и заявочная книжки, заверенные штампом МКК (один экземпляр заявочной книжки хранится в этой комиссии).

В случае необходимости в маршрутную и заявочную книжки вносятся особые указания группе, определяется и записывается место регистрации группы перед выходом на маршрут в соответствующей туристской контрольно-спасательной службе (КСС). На основании положительного заключения МКК и медицинских справок о состоянии здоровья участников группы маршрутная книжка подписывается председателем совета коллектива физкультуры или председателем правления туристского клуба (или ответственным лицом организации, проводящей поход, путешествие) и заверяется печатью профсоюзного комитета или организации. Заявочная книжка хранится в организации, проводящей поход, путешествие.

2) Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

Под маркетинговым исследованием туристского рынка понимают систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой задачей: их сбор, анализ и отчет о полученных сведениях, выводах и рекомендациях.

Маркетинговые исследования рынка туристских услуг включают в себя изучение:

- 1) мирового туристского рынка;
- 2) государственного туристского продукта;
- 3) потребителей;
- 4) деятельности конкурентов;

Такие исследования помогают туристской фирме выявлять свои преимущества и недостатки относительно конкурентов, а также устранять их для успешного функционирования на рынке [7].

Вот некоторые типичные направления маркетинговых исследований в туристской сфере:



- 1) выявление наиболее популярных брендов в туризме;
  - 2) оценке нового, но уже известного на рынке направления для определенного туроператора;
  - 3) разработка и внедрение на рынок новых туристских направлений, изучение уровня интереса и отношения потенциальных туристов;
  - 4) мониторинг возможных путей развития и продвижения определенного направления;
  - 5) анализ эффективности работы рекламной компании туристской фирмы;
  - 6) выбор наиболее предпочтительных для туристов каналов средств массовой информации;
  - 7) определение тенденций развития в регионах;
  - 8) выявление степени взаимодействия турагентств и туроператора;
  - 9) контроль качества турпродуктов, предлагаемых оператором;
  - 10) обнаружение возможных проблем в функционировании организации.
- 3) Формирование туристского продукта.

Туроператоры часто разрабатывают два основных вида туров:

1) пэкидж-тур. Данный вид тура включает в себя комплексные туристские услуги: питание, размещение, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги. Общая продажная стоимость такого тура равна стоимости его элементов;

2) инклюзив-тур. Такой вид тура включает в себя жестко спланированную по маршруту, времени, сроку, набору и качеству услуг поездку, которая продается туристу как неразделимый на элементы товар по общей цене, обычно включающий в себя стоимость как обслуживания, так и проезда по маршруту.

При формировании тура следует учитывать его основные свойства:

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

За счет стандартизации и массовости своего продукта туроператоры достигают снижения издержек обращения, что позволяет им предлагать на рынок продукты по конкурентоспособным ценам.

Основные функции туроператоров заключаются в следующем:

- 1) изучение потребностей потенциальных туристов;

2) формирование туров и их апробация на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов;

3) взаимодействие с производителями туристских услуг;

4) расчет стоимости туров и определение цены с учетом рыночной ситуации;

5) методическое обеспечение туров;

6) обеспечение туристов материалов и продукцией рекламного-сувенирного характера;

7) подготовка, подбор и назначение на маршруты путешествий персонала (турлидеров, инструкторов, аниматоров и т.п.), выполняющего функции контакта с туристами, координации и контроля надлежащего выполнения программ обслуживания;

8) рекламно-информационная деятельность по продвижению туристского продукта;

9) реализация туристского продукта;

10) контроль качества и безопасности туристского обслуживания.

Интенсивное развитие туристской индустрии, усиление конкуренции на рынке предопределяют специализацию туроператоров. В соответствии с этим признаком в их структуре выделяют операторы массового рынка и специализированные.

Туроператоры массового рынка, как правило, формируют туры в места массового туризма.

Специализированные туроператоры концентрируют свою деятельность на определенном турпродукте или сегменте рынка. В свою очередь, они могут быть туроператорами:

1) специального места назначения (например, туры в европейские страны, страны Азии и т.д.);

2) специальных мест размещения (отели, пансионаты, турбазы и т.д.);

3) целевой направленности маршрута, или специального интереса (организация сафари, паломнических туров, событийных туров, шоп-туров, круизов и т.д.);

4) определенного сегмента рынка (туры для молодоженов, семейных пар, бизнесменов и т.д.);

5) определенного вида транспорта (теплоходы, поезда, автобусы и т.д.).

По направлению деятельности принято разделять туроператоров на инициативных и рецептивных.

Инициативные туроператоры (туроператоры по отправке) – операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы своей страны по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с производителями туристских услуг. Инициативный туроператор формирует туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров,

обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно, а также предоставление внутри-маршрутного транспорта.

Рецептивные туроператоры – туроператоры на приеме, формирующие туры в местах приема и обслуживания туристов на основе прямых договоров с производителями туристских услуг.

Сегодня характерно смешение функций инициативного рецептивного туроператоров. По отношению к некоторым своим продуктам туристское предприятие может выступать и как инициативный, и как рецептивный туроператор, а в отдельных случаях – и как турагент по продаже туров, сформированных другим туроператором.

Основываясь на географии туристской деятельности, принято выделять аутгоинговых, инкаминговых и инсайдинговых туроператоров.

По своей сути аутгоинговый и инкаминговый туроператоры – туроператоры, осуществляющие свою деятельность в сфере международного туризма, а инсайдинговый туроператор осуществляет свою деятельность в сфере внутреннего туризма.

Аутгоинговый туроператор специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы. Это наиболее сложный, требующий приложения наибольших усилий и капиталовложений вид туроператорской деятельности. Сложность аутгоинга состоит, прежде всего, в необходимости досконального изучения дестинации. Оператор должен владеть исчерпывающей информацией не только об отелях, экскурсионных программах, порядке оформления въезда в страну, но и знать политику местных властей, действующих в стране пребывания, законы, обычаи, нормы поведения, меры безопасности туриста и его имущества, особенности местной кухни, работы досуговых и зрелищных заведений. Максимальное знание маршруты, необходимое для предоставления наиболее полной информации как турагентам, так и самим туристам. Необходимо также постоянно контактировать с зарубежными партнерами (предприятиями размещения, экскурсионными бюро, транспортными организациями и т.д.).

В сфере выездного туризма разворачивается самая жесткая конкурентная борьба между туроператорами.

В отличие от аутгоинга, инкаминговые туроператоры осуществляют разработку, продвижение и реализацию турпродуктов на территории собственной страны для иностранных граждан, то есть организуют въездной туризм. Инкаминг является для властей наиболее приоритетным, поскольку от его развития напрямую зависят объем валютных поступлений в экономику страны-реципиента, ситуация на рынке труда, уровень развития инфраструктуры. Экономическую зависимость от инкаминга испытывают на себе

практически все известные мировые курорты либо государства с открытой туристской экономикой. Организация въездного туризма также требует от туроператора определенного уровня профессионализма и опыта работы. Инкаминговый туроператор должен донести до зарубежных потенциальных туристов информацию о своей стране, об особенностях и уникальности ее туристского потенциала, убедить их в необходимости собственными глазами увидеть памятники, достопримечательности, объекты природы, уверить в полной безопасности как туристов, так и их имущества.

Инкаминговый туроператор, в отличие от аутгоингового, может рассчитывать на поддержку властей своей страны, которые напрямую заинтересованы в увеличении объемов въездного туризма. Мировой опыт свидетельствует о многочисленных совместных проектах развития международного туризма, финансируемых за счет объединенных бюджетов туроператоров и государств.

Еще одним из преимуществ инкаминга перед аутгоингом является сравнительная легкость процесса планирования и формирования туров. Туроператор прекрасно владеет информацией о туристском потенциале своей страны, о состоянии инфраструктуры туристской индустрии. Кроме того, инкаминговый туроператор находится в непосредственной близости от туристов в ходе реализации тура, поэтому имеет возможности контролировать ситуацию, моментально разрешать конфликтные ситуации.

Инсайдинговый туроператор формирует, продвигает и реализует внутренний туристский продукт, то есть специализируется исключительно на внутреннем туризме. Инсайдинговый туроператор использует в своей деятельности туристский потенциал своей страны и ориентирован на удовлетворение туристских потребностей своих граждан.

Внутренний туризм, равно как и инкаминг, является важным приоритетом развития национального туристского рынка, так как не способствует оттоку денежных средств из экономики страны, является стабилизирующим фактором на рынке труда, увеличивает размеры капиталовложений в национальные предприятия сферы туризма, приводит к выравниванию уровня жизни различных регионов страны, способствует снятию социальной напряженности и ликвидирует сепаратистские тенденции.

Отличительными чертами инсайдинга можно назвать максимально недорогую информированность оператора как о предпочтениях различных категорий своих граждан – потенциальных туристов, так и о возможностях отечественного туристского потенциала.

#### 4) Расчет стоимости туристского продукта.

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

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

При определении цены на услуги туризма следует исходить из следующих принципов: цена должна возместить туристскому предприятию затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ему функционировать на принципах самофинансирования;

цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;

цена должна быть гибкой, то есть обладать маневренностью и динамичностью.

В зависимости от способа их определения статьи калькуляции делятся на прямые затраты, относимые на единицу услуги на основании норм и прямого учета, и косвенные затраты, учитываемые и планируемые в целом по производству и распределяемые по видам услуг на основании того или иного признака.

На практике применяют несколько способов распределения затрат:

пропорционально весу сырья или выработанной продукции (услуги);

путем исключения из общей суммы затрат стоимости отдельных продуктов (услуг) по твердой оценке;

на основе коэффициента, пропорционально установленным нормам затрат и др.

Прибыль, закладываемая в стоимость туристского продукта, устанавливается туристским предприятием в процентах к себестоимости затрат. Размер процента зависит от спроса на данный туристский продукт и может колебаться от 5 до 100 процентов и более.

При заключении договора с турагентами на реализацию своих туров туроператор может исходить из двух позиций.

Туроператор продает турагенту туристский пакет по цене, которую он должен получить с турагента. В этом случае турагент делает надбавку в свою пользу на цену туроператора. Туроператор не вмешивается в размер установления этой надбавки.

В условиях конкуренции на туристском рынке в целях полной продажи турпакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпакет для реализации по твердой фиксированной цене. В этом случае турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпакета.

Цены на определенные виды услуг туризма (экскурсии, фото-услуги и т.п.) могут не входить в стоимость турпакета. Они оплачиваются каждым туристом в отдельности в соответствии с его вкусами, интересами и запросами.

Цена тура на одного человека зависит от количества туродней. Чем продолжительнее тур, тем (при прочих равных условиях) дороже он будет стоить.

Цена тура на одного человека зависит от вида тура: индивидуальный или групповой. Цена индивидуального тура при прочих равных условиях выше, чем цена группового в расчете на одного человека. При групповом туре цена тура на одного человека зависит от численности туристов в группе. Чем больше численность группы, тем ниже стоимость тура в расчете на одного человека.

Цена тура зависит от возрастного состава туристов, так как на многие услуги (проживание в гостинице, экскурсии) детям и школьникам предоставляются скидки с цены. Обычно детям до 7 лет- скидка 50 процентов, школьникам – 40 процентов.

При определении конкретной цены тура необходимо учесть следующие факторы.

Внешние факторы:

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

Внутренние факторы:

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

Цена турпакета на одного туриста, т.е. стоимость туристической путевки, определяется по формуле:

$$Ц = \frac{И + Н + П - С \pm К}{Ч + Р}$$

- где - себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, руб.;
  - косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, руб.;
  - прибыль туроператора, руб.;
  - скидка, предоставленная туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в турпакет, руб.;
  - комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет («плюс» - надбавка к цене турпакета, знак «минус»- скидки с цены туроператора в пользу турагента), руб.;
  - количество туристов в группе, чел.;
  - количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, чел.
- Изучить турпакет, разработанный в соответствии с сегментацией туристского рынка.

При разработке туристского пакета необходимо знать, для какого сегмента и по какой цене туристская организация предложит разработанный турпродукт на рынке. Например, если турорганизация имеет два основных сегмента: сегмент «А» - потребитель со средними доходами; сегмент «Б» - потребитель с высокими доходами.

## Индивидуальное задание

### Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут

Руководитель туристской группы во время сопровождения группы туристов отвечает за дисциплину и порядок в группе, за полное и качественное обслуживание, за соблюдение сроков пребывания за рубежом, за соблюдением маршрута следования, за безопасность жизни и здоровья туристов, за сохранность имущества туристов, за охрану окружающей среды.

Перед началом туристского маршрута руководитель группы должен:

- прийти в офис фирмы за получением пакета документов не позднее 17.00 за день до выезда;

- проверить комплектность документов для туристической поездки и правильность их оформления;

- ознакомиться с:

- 1) программой тура, описанием маршрута;

- 2) данными о стране посещения, местными особенностями, обычаями, законами и правилами поведения;

- 3) инструкциями о действиях в чрезвычайных ситуациях (болезни, смерти туриста, задержания туриста властями, пожаре, аварии на транспорте и др.);

- 4) адресами и телефонами посольства, консульства или представительств России, ассистента страховой компании, полиции, ближайшего госпиталя, принимающей фирмы.

Получить:

- проездные групповые и индивидуальные документы;

- 4 визированных списка (если список на авиа, или железно-дорожный переход или разные переходы на заход и выход, то 5 визированных списков);

- 4 ксерокопии списка;

- 1 пачка с ксерокопиями паспортов туристов;

- приглашение;

- доверенность руководителя;

- лист посадки туристов с телефонами и адресам;

- телефоны принимающей компании;

- данные о таможенных и фискальных формальностях при прохождении границы;- данные о транспорте (график, номер рейса, время отправления, пункты пропуска через границу РФ, наименование пунктов назначения) в период прохождения маршрута;

- данные о поясном времени по месту тура, а также о ценах, тарифах на услуги связи и иные типовые услуги, которые могут понадобиться руководителю и туристам;



- акт по оформлению страхового случая;
- необходимый набор медикаментов для оказания первой медицинской помощи.

Во время посадки туристов в автобус необходимо проверить наличие документов:

- 1) загранпаспорт (загранпаспорт надо сверить с визированным списком);
- 2) если это ребенок до 18 лет, и он следует с одним из родителей – оригинал свидетельства о рождении плюс паспорт РФ родителя + загранпаспорт;
- 3) если ребенок выезжает без сопровождения родителей – согласие на сопровождающее лицо, загранпаспорт, оригинал свидетельства о рождении. В случае снятия туриста с маршрута при прохождении пограничного контроля, связанного с невыполнением должностных обязанностей (при посадке туриста в автобус руководитель не проверил документы), доставка туриста до места проживания производится за счет руководителя групп.

## Заключение

Туристский сектор России – динамически развивающаяся отрасль экономики, и невзирая на международные санкции, развитие инфраструктуры, не только не останавливается, но и набирает «обороты», являясь приоритетным направлением, поддерживаемым инициативами Правительства РФ и губернаторов, внедренными на федеральном и региональном уровнях.

ООО «АЭРОТУР» является крупным российским турагентством, предоставляющим услуги как по корпоративному обслуживанию для российских и международных компаний и организаций, так и для физических лиц. ООО «АЭРОТУР» одним из первых среди туристических агентств в России стал членом IATA (Международной Авиатранспортной Ассоциации), и продолжает им являться в настоящее время. За 30 лет успешного и динамичного развития, компания «АЭРОТУР» стала одним из лидеров туристического рынка России. Стабильная работа в туристическом бизнесе, прочные связи с ведущими авиакомпаниями, безупречная деловая репутация среди иностранных и российских партнеров, четкая организация обслуживания как индивидуальных, так и корпоративных клиентов - все вышеперечисленные качества привлекли к сотрудничеству с компанией «АЭРОТУР» целый ряд ведущих иностранных и российских организаций.

Развитие туристической индустрии приводит к жесткой конкуренции среди турфирм, следовательно, для повышения конкурентоспособности необходимо не только чутко реагировать на изменение рынка, но и совершенствовать технологии продаж.

Для развития туристической фирмы ООО «Аэротур» можно предложить составлять туры, касающиеся внутреннего туризма. Можно создать туры по лечебно-оздоровительному, культурно-познавательному, историческому, экологическому, событийному, религиозному, спортивному и экстремальному видам внутреннего туризма. Эти туры привлекут любителей насладиться природой, узнать больше о истории страны, посетить какие-либо фестивали, олимпиады или может даже экономические форумы. Также туристам может быть интересно поклонение святым местам, либо просто углубиться в религию страны. Также можно рассмотреть создание туров, в которых будет включен рафтинг или мототуризм.

Данные туры будут иметь большой спрос в таких городах России как: Сочи, Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Минеральные Воды, Махачкала, Казань, Екатеринбург, Самара, Уфа, Архангельск, Великий Новгород, Владимир, Волгоград, Воронеж, Иркутск и многие другие города. Но именно в этих городах лучше всего развит внутренний туризм, и именно в них приоритетней всего создавать и реализовывать туры для туристов.

И именно благодаря турам в этих городах внутреннего туризма туристическое предприятие ООО «Аэротур» сможет развиваться в сфере туризма еще больше и будет больше потенциальных клиентов турфирмы.

ООО «Аэротур» также является надежным турагентством и все непредвиденные чрезвычайные ситуации, что случались при продолжительности тура разрешались сотрудниками этого предприятия совершенно благополучно. Сотрудники компании «Аэротур» хорошо знают все свои обязанности и выполняют их. Большинство туристов выбирают именно эту туркомпанию.

Таким образом, ООО «Аэротур» предоставляет множество направлений в туризме и в самые разнообразные страны, что может удовлетворить потребности любого туриста.

Использование ООО «Аэротур» информационных технологий специализированной направленности позволяет не только снизить трудовые затраты, но и повысить эффективность работы организации в целом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Масилова М.Г. Сервисная деятельность: учебное пособие / М.Г. Масилова. - Владивосток: Изд-во ВВГУ, 2018. - 112 с.
- 2 Квартальнов В.А. Туризм: учебник для образовательных учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов - Москва.: Финансы и статистика, 2020. – 315с.
- 3 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 14 ноября 1996 года № 132 – ФЗ (посл.ред. от 09.03.2021 N 45-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2021. - № 49. – с. 5491
- 4 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания: учебник для студ. вузов тур. профиля / Е.Н. Ильина; Рос. междунар. академия туризма. – Москва. : Финансы и статистика, 2017. – 160 с. : ил.
- 5 Туристские услуги. Общие требования: ГОСТ Р 50690 – 2010. – Москва: Изд-во стандартов, 2017. – 11с.
- 6 Руденко Л.Л. Организация и менеджмент туризма: Руководство к практическим занятиям / Владивосток: ДВГАЭУ, 2016. – 113 с.
- 7 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания: учебник для студ. вузов тур. профиля / Е.Н. Ильина; Рос. междунар. академия туризма. – Москва. : Финансы и статистика, 2017. – 160 с. : ил.
- 8 Можяева Н. Г., Рыбачек Г. В. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник. Москва. : ил, 2014. С. 215
- 9 Виноградова М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебник Москва; 2021 – С 156
- 10 Биржаков М. Б., Казаков Н. П. Безопасность в туризме: учебник. Москва: 2019 –С 512

## Приложение А – Выписка из ЕГРЮЛ

**ВЫПИСКА**  
из Единого государственного реестра юридических лиц

05.06.2024 № ЮЭ9965-24-71928276

дата формирования выписки

Настоящая выписка содержит сведения о юридическом лице

**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "АЭРОТУР"**

полное наименование юридического лица

**ОГРН** 1 0 5 2 5 0 3 7 4 5 9 2 0

включенные в Единый государственный реестр юридических лиц по состоянию на

« 05 » июня 20 24 г.

число                      месяц                      год

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	2	3
<b>Наименование</b>		
1	Полное наименование на русском языке	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "АЭРОТУР"
2	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1052503745920 12.08.2005
3	Сокращенное наименование на русском языке	ООО "АЭРОТУР"
4	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	1052503745920 12.08.2005
<b>Место нахождения и адрес юридического лица</b>		
5	Место нахождения юридического лица	ПРИМОРСКИЙ КРАЙ, Г.О. ВЛАДИВОСТОКСКИЙ, Г ВЛАДИВОСТОК
6	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2212500729637 10.09.2021
7	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи о переименовании / переподчинении адресного объекта	2232500454778 08.09.2023
8	Адрес юридического лица	690091, ПРИМОРСКИЙ КРАЙ, Г.О. ВЛАДИВОСТОКСКИЙ, Г ВЛАДИВОСТОК, УЛ БЕРЕГОВАЯ, ЗД. 6А, ОФИС 2
9	ГРН и дата внесения в ЕГРЮЛ записи, содержащей указанные сведения	2212500729637 10.09.2021

Рисунок А.1 – Выписка из ЕГРЮЛ ООО «Аэротур»

## Индивидуальное задание по производственной практике

Студент(ка) Финк Анастасия Владимировна  
 ФИО

обучающийся(ая) на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 144 часов с «28» ноября 2024 г. по «25» декабря 2024 г.

в организации ООО "Адретурс" 690097, Тульский край,  
г. Владимирское, ул. Береговая, зд. 6А, офис 2.  
 наименование организации, юридический адрес

## Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям.	5
3	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	6
4	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	6
5	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта.	6
6	Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	6
7	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности.	6
8	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы.	6
9	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	6
10	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности.	6
11	Контроль наличия туристов.	6
12	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	6
13	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут. Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках.	6
14	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Анализ событийных мероприятий предприятия.	6
15	Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Разработка сценариев мероприятий различного профиля.	6
16	Изучение технологий досуговой деятельности предприятия. Разработка игр, досуговых программ.	6
17	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания.	6
18	Составление отчета руководителя туристской группы. Сбор и анализ документов строгой отчетности. Анализ претензий туристов.	6

19	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	6
20	Распространение рекламных материалов и сбор информации. Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	6
21	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	6
22	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами; Консультирование партнеров по турпродуктам.	6
23	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	6
24	Оформление отчёта практики	12

Дата выдачи задания «28» ноября 2024 г.  
Срок сдачи отчета по практике «25» декабря 2024г.

Подпись руководителя практики

 / Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Фук Анастасия Владимировна  
 ФИО

обучающийся(аяся) на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную практику в объеме 144 часов с «28» ноября 2024 г. по «25» декабря 2024 г.

в организации ООО "Авистур", 690091, Тульский край, г. Владивосток, ул. Береговая, д. 6А, офис 2  
 наименование организации, юридический адрес

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	<i>отлично</i>
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	<i>хорошо</i>
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	<i>хорошо</i>
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>отлично</i>
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Доставка туроператору пакета документов для получения виз. Консультирование потребителя об	<i>отлично</i>



		особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	
	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы	<i>отлично</i>
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для реализации туристского продукта, приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности.	<i>хорошо</i>
<b>Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг</b>			<i>хорошо</i>
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	<i>хорошо</i>
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах	Проведение проверки готовности	<i>отлично</i>

	поведения на маршруте	транспортных средств при выходе на маршрут. Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках.	
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Анализ событийных мероприятий предприятия. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Разработка сценариев мероприятий различного профиля. Изучение технологий досуговой деятельности предприятия. Разработка игр, досуговых программ.	<i>отлично</i>
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации.	<i>хорошо</i>

		Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания. Составление отчета руководителя туристской группы.	<i>отлично</i>
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Сбор и анализ документов строгой отчетности. Анализ претензий туристов.	<i>хорошо</i>
<b>Итоговая оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов</b>			<i>хорошо</i>
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Консультирование партнеров по турпродуктам.	<i>отлично</i>
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний. Распространение рекламных материалов и сбор информации.	<i>хорошо</i>
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию	<i>отлично</i>

		иностранных граждан. Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами.	
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	<i>Отличено</i>
Промежуточная оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			<i>Отличено</i>

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

*освоены на базовом уровне*

(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне / освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата 25 декабря 2024 г.

Оценка за практику *хорошо*

Руководитель практики от предприятия



*Мороз Р.В.*  
Ф.И.О.

## ДНЕВНИК

### прохождения производственной практики

Студент Флик Анастасия Владимировна  
Фамилия Имя Отчество


Специальность 43.02.10 Туризм






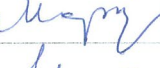







Группа СО-ТУ-22

Место прохождения практики ООО "Агротуризм"

Сроки прохождения с «28.11.2024» по «25.12.2024»

Инструктаж на рабочем месте «28» ноября 2024 г.  
дата

  
подпись Ермолов И.О.  
Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
28.11	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	отлично	
28.11	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям.	отлично	
29.11	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	отлично	
30.11	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	хорошо	
02.12	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта.	хорошо	
03.12	Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	отлично	
04.12	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности.	отлично	
05.12	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы.	отлично	
06.12	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	хорошо	
07.12	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности.	отлично	
09.12	Контроль наличия туристов.	хорошо	
10.12	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	отлично	
11.12	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	отлично	

	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках.		
12.12	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Анализ событийных мероприятий предприятия.	отлично	
13.12	Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Разработка сценариев мероприятий различного профиля.	хорошо	
14.12	Изучение технологий досуговой деятельности предприятия. Разработка игр, досуговых программ.	хорошо	
16.12	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания.	отлично	
17.12	Составление отчета руководителя туристской группы. Сбор и анализ документов строгой отчетности. Анализ претензий туристов.	отлично	
18.12	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	отлично	
19.12	Распространение рекламных материалов и сбор информации. Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	хорошо	
20.12	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	хорошо	
21.12	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами; Консультирование партнеров по турпродуктам.	отлично	
23.12	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	отлично	
24.12-25.12	Оформление отчёта практики	хорошо	
25.12	Дифференцированный зачет	отлично	



  
подпись Ф.И.О.

## Характеристика деятельности студента

*Ф.И.О. Анастасия Владимировна*

группы СО-ТУ-22-2 при прохождении производственной практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к своей будущей профессии	<i>высокий</i>
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в туристской области	<i>высокий</i>
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Оценка эффективности и качества выполнения работ	<i>средний</i>
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Решения в стандартных и нестандартных профессиональных задач в туристской области	<i>высокий</i>
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	<i>высокий</i>
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	<i>высокий</i>
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	<i>средний</i>
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Самоанализ и коррекция собственной работы	<i>средний</i>
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	<i>высокий</i>

ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	<i>Средний</i>
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	<i>Высокий</i>
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>Высокий</i>
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	<i>Высокий</i>
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, выучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>Средний</i>
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	<i>Высокий</i>
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	<i>Высокий</i>
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	<i>Высокий</i>
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	<i>Средний</i>
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	<i>Высокий</i>
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	<i>Высокий</i>
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	<i>Высокий</i>



ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>средний</i>
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	<i>средний</i>
ПК 3.2	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	<i>средний</i>
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран. Работа с запросами клиентов	<i>высокий</i>

Руководитель практики (от организации)



(Мороз Р.В., 2400-100)

М.П.

### Характеристика

За время прохождения производственной практики в туристической фирме «Аэротур» студент Флик Анастасия Владимировна проявила себя дисциплинированным, стремящимся к получению знаний, навыков и умений, необходимых в данной области управления. Основной задачей его практической работы стало ознакомление с основными аспектами работы предприятия ООО «Аэротур». Под руководством опытных специалистов турфирмы, изучал основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы; трудовое законодательство; структуру и штат предприятия, его профиль, специализацию и перспективы развития; кадровую политику и стратегию предприятия.

За период практики приобрёл следующие компетенции:

- изучение директивных и инструктивных материалов, используемых предприятием, организацией в сфере услуг;
- обучение сбору, первичной обработке и анализу справочных материалов по туризму, гостинично-ресторанному бизнесу;
- оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы;
- составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта;
- проведение инструктажей по технике безопасности;
- проведение анализа деятельности других туркомпаний;
- составление программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- закрепление и углубление полученных студентом в колледже теоретических знаний по основным дисциплинам.

Во время прохождения практики, проявил себя активным, дисциплинированным студентом, смог охватить очень большой объем необходимой информации.

Ко всем заданиям своей производственной практики относился очень ответственно, поручения с документами выполнял аккуратно. Практическая работа заслуживает высокой оценки.

Оценка руководителя от практики – отлично.

Руководитель практики от организации



Р. В. Мороз

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владивостокский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ВВГУ»)

### НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Флик Анастасия Владимировна  
Подразделение Академический колледж Группы СО-ТУ-22-2  
согласно приказу ректора № 10340-с от 18.11.2024 года  
направляется в ООО "Аэротур", г. Владивосток  
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по  
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 4 недели с 28.11.2024 года по 25.12.2024 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.

### Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Аэротур"	28.11.2024	
ООО "Аэротур"	25.12.2024	

