

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА  
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ  
ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ

Студент группы БТУ-18-ГК \_\_\_\_\_

Зам. директора ООО "ДВ "Фрегат Аэро" \_\_\_\_\_

Руководитель практики \_\_\_\_\_



Ануфриева С.А.

Стоценко А.К.

Кононов А.Ю.

Владимирова Е.А.

Владивосток 2020

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА  
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

на учебную практику по получению первичных профессиональных умений и навыков  
(ознакомительную)

Студенту Ануфриева Софья Александровна группы БТУ-18-ГК

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм профиль «Организация деятельности туристско-рекреационных комплексов»

Место прохождения практики:

«ДВ»ФрегатАэро»

Срок прохождения практики с «13» июля 2020 г. по «25» июля 2020 г.

**Содержание отчета по практике:**

**Введение:** цель и задачи практики, основные методы, необходимые для их достижения.

1 Изучение первичных сведений о предприятии

- 1.1 История создания и развития предприятия
- 1.2 Ознакомление с учредительными документами, нормативными материалами
- 1.3 Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности
- 1.4 Организационно-управленческая структура и взаимодействие подразделений (в виде схемы)
- 1.5 Ознакомление с работой основных категорий работников, их должностными инструкциями
- 1.6 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

2 Организация обслуживания потребителей

- 2.1 Характеристика потребителей предприятия
- 2.2 Технологии (стандарты) обслуживания на предприятии туризма
- 2.3 Анализ процесса обслуживания в туристском предприятии с учетом требований потребителей

**Заключение:** сделать вывод о достижении поставленных цели и задач в ходе практики.

**Список источников информации** включает в себя не менее 10 наименований, расположенных в порядке появления источников в тексте, не старше 5 лет.

**Приложения** в отчете включают вспомогательный материал, например: копии документов, статистические показатели в виде таблиц, графиков либо диаграмм, схемы изучаемых процессов, фотографии и другой материал. Приложения подшиваются строго в той последовательности, в которой они рассматриваются в тексте.

Отчет должен быть оформлен в соответствии с предъявляемыми требованиями стандарт ВГУЭС СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам».

Руководитель практики

канд.экон.наук, доцент кафедры туризма и экологии

Кононов А.Ю

Владимирова Е.А.

Задание получил студент

«13» июля 2020 г.

Задание согласовано:

Руководитель практики от организации

Заместитель директора ООО «ДВ»ФрегатАэро»

Ануфриева С.А

Стоценко А.К.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
 ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
 ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА  
 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА  
 КАФЕДРА ТУРИЗМА И ЭКОЛОГИИ

**КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК**

Студент Ануфриева Софья Александровна группы БТУ-18-гк  
 направляется для прохождения **учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков(ознакомительной)**

в \_\_\_\_\_  
 Срок прохождения практики с «13» июля 2020 г. по «25» июля 2020 г.

Содержание выполняемых работ	Сроки исполнения		Заключение и оценка руководителя практики	Подпись руководителя практики
	начало	окончание		
Инструктаж по технике безопасности, ознакомление с предприятием, его структурой, видами его деятельности	13.07.2020	14.07.2020	Хорошо	<i>ku</i> <i>Владимирова</i>
Выполнение поручений руководителя предприятия на предприятии	13.07.2020	25.07.2020	Отлично	<i>ku</i> <i>Владимирова</i>
Изучение первичных сведений о предприятии (история создания и развития; ознакомление с учредительными документами, организационно-правовой формой собственности; организационно-управленческой структурой и взаимодействием подразделений; работой основных категорий работников, их должностными инструкциями; основными задачами, видами деятельности (услугами) предприятия	15.07.2020	18.07.2020	Отлично	<i>ku</i> <i>Владимирова</i>
Охарактеризовать организацию обслуживания потребителей: характеристика потребителей; технологии (стандарты) обслуживания на предприятии туризма; анализ процесса обслуживания в туристском предприятии с учетом требований потребителей	20.07.2020	22.07.2020	Хорошо	<i>ku</i> <i>Владимирова</i>
Оформление отчета и сдача руководителю практики от кафедры	23.07.2020	23.07.2020	Отлично	<i>ku</i> <i>Владимирова</i>
Защита отчета	24.07.2020	27.07.2020	Отлично	<i>ku</i> <i>Владимирова</i>

Студент-практикант *ku* С.А. Ануфриева

Руководитель от кафедры *ku* Кононов А.Ю.

*Владимирова* Владимирова Е.А.

Руководитель от организации \_\_\_\_\_ Стоценко А.К.



## Содержание

Введение.....	3
1 Изучение первичных сведений о предприятии.....	4
1.1 История создания и развития предприятия.....	4
1.2 Ознакомление с учредительными документами, нормативными материалами.....	5
1.3 Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности.....	7
1.4 Организационно-управленческая структура и взаимодействие подразделений (в виде схемы) .....	10
1.5 Ознакомление с работой основных категорий работников, их должностными инструкциями.....	12
1.6 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	15
2 Организация обслуживания потребителей.....	16
2.1 Характеристика потребителей предприятия.....	16
2.2 Технологии (стандарты) обслуживания на предприятии туризма.....	18
2.3 Анализ процесса обслуживания в туристском предприятии с учетом требований потребителей.....	20
Заключение.....	21
Список использованной литературы.....	22

## Введение

Производственная практика проходила в ООО «ДВ» «Фрегат Аэро» (в дальнейшем будет "ДВ "Фрегат Аэро"). Объектом исследования является характеристика деятельности организации на рынке туристических услуг. Предметом исследования выступает деятельность туристического агентства.

Руководителем производственной практики на предприятии являлся заместитель директора, которым были предоставлены необходимые документ и данные для прохождения практики согласно поставленным целям и задачам, и для написания отчета по результатам.

Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта. Эта отрасль экономики развивается быстрыми темпами и в ближайшие годы станет наиболее важным ее сектором.

Производственная практика является важнейшей составной частью учебного процесса. Она способствует закреплению и расширению знаний, полученных в процессе обучения, позволяет приобрести профессиональные навыки самостоятельной работы в подразделениях предприятия, обеспечивает ознакомление с организацией производства и работой предприятия, знакомство с трудовым коллективом.

Цель производственной практики является изучение первичных сведений о предприятии, ознакомление с учредительными документами и нормативными материалами, ознакомление с организационно-управленческой структурой и должностными инструкциями работников, их категория.

Задачи производственной практики являются: особенности управленческой деятельности организации, изучение первичных сведений о предприятии, основные задачи предприятия, управление персоналом организации, деятельность организации по оказанию услуг и деятельность организации по связям с общественностью.

Теоретической и методической основой при написании работы стали законы, инструкции, учетная политика предприятия, приказы, распоряжения, регистр, организационные документы.

# 1 Изучение первичных сведений о предприятии

## 1.1 История создания и развития предприятия

Туристическая фирма "ДВ "Фрегат Аэро" расположена по адресу г. Владивосток, ул. Океанский проспект д. 69. Компания ведет свою историю с 1994 года. Турфирма занимается организацией и реализацией чартерных перелетов. Компания осуществляет групповые и индивидуальные программы по различным направлениям:

- Россия;
- Европа;
- Юго-Восточная Азия.

Официальными представителями является:

- "Pegas Touristik";
- "Anex Tour";
- "Coral Travel".

Компания "ДВ "Фрегат Аэро" предлагает следующие виды услуг:

- Чартерные программы;
- Индивидуальные туры;
- Сложные комбинированные маршруты;

Официальный визовый центр Республики Сингапур в Приморском крае. Оформление виз в Японию, Корею, Китай, Тайланд, Вьетнам, Сингапур, Тайвань, Германия, Австралия, Индия, Новая Зеландия, США)

- Однократные визы;
- Многократные визы;
- Шенгенские визы и др.

Турфирма имеет грамоты и сертификаты, официально подтверждающие признание компании как добросовестной и успешной компании. Клиенты компании знают высочайшее качество предоставляемых фирмой туристических услуг и приходят к ним снова и снова, не желая менять турфирму.

Миссией фирмы является: «Мы действительно следуем правилу: «предлагать только то, что практикуешь сам» и сами бываем в тех местах, куда отправляем туристов, ходим теми же маршрутами, удивляемся, фотографируем, общаемся с местными жителями, делаем свои маленькие открытия, набираемся впечатлениями, чтобы потом с удовольствием делиться этим с вами. Ежедневно мы совершенствуемся и пополняем свои знания, собираем интересные фишки о странах и городах, пишем авторские статьи, делимся отзывами наших туристов.

## 1.2 Ознакомление с учредительными документами, нормативными материалами Реестровый номер: РТО 000170

В рамках практики мы были ознакомлены с учредительными документами ООО "ДВ "Фрегат Аэро", а именно с Уставом ООО "ДВ "Фрегат Аэро". Из нормативных материалов нами был изучен Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция).

Таблица 1 – общество с ограниченной ответственностью

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ "ДВ "ФРЕГАТ АЭРО"	
Единый федеральный реестр туроператоров	Реестровый номер: РТО 000170
Полное наименование: Общество с ограниченной ответственностью	"ДВ "Фрегат Аэро"
Сокращенное наименование	ООО " Фрегат Аэро"
Адрес, место нахождения:	690106, Приморский край, г. Владивосток, Океанский пр кт, д. 69, оф. 21
Адрес официального сайта в сети	<a href="http://www.fregataero.ru">www.fregataero.ru</a>
ИНН	2536157328
ОГРН	1052503067540
Членство туроператора, осуществляющего деятельность в сфере выездного туризма, в объединении туроператоров в сфере выездного туризма:	Да
Адреса, места нахождения обособленных подразделений туроператора, осуществляющих туроператорскую деятельность	692525, г. Уссурийск, ул. Некрасова, 37"
Общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год	Размер: 9998000
Количество туристов в сфере выездного туризма за предыдущий год	Количество: 3300
Размер уплаченного взноса в резервный фонд	Размер: 50000
Фактический размер фонда персональной ответственности туроператора	Размер: 321663.33
Размер ежегодного взноса, перечисленного	Размер: 24999

туроператором в фонд персональной ответственности туроператора в отчетном году	
Финансовое обеспечение	
Общий размер финансового обеспечения	10000000
Документ	
- Сфера туроператорской деятельности: внутренний туризм - Международный въездной - Международный выездной	
Способ финансового обеспечения	Договор страхования гражданской ответственности туроператора
Размер финансового обеспечения:	10000000
Документ	№ 241126 от 15/04/2020
Срок действия финансового обеспечения	с 01/06/2020 по 31/05/2021
Наименование организации, предоставившей финансовое обеспечение:	АО "ДальЖАСО"
Адрес (место нахождения) организации, предоставившей финансовое обеспечение	680000, Хабаровский край, г Хабаровск, Центральный р-н, ул Пушкина, д 38А
Сфера туроператорской деятельности	
- Внутренний туризм - Международный въездной - Международный выездной	
Документ	№ 241126 от 15/04/2020
Дата и номер приказа Ростуризма о внесении сведений в единый федеральный реестр туроператоров	
Номер приказа	168-Пр-18
Дата приказа	26/04/2018
Номер выданного свидетельства	003620



### 1.3 Организационно-правовая форма предприятия и форма собственности

ООО "Фрегат Аэро" является малым предприятием с двумя учредителями (доли по 50%).

Таблица 2

Наименование	ИНН	Доля	Сумма
Алексеев Сергей Иванович	253908356396	50%	5 тыс.руб
Алексеева Ольга Геннадьевна	253900475715	50%	5 тыс.руб

Финансовая отчетность (бухгалтерская) отчетность по данным Росстата:

Таблица 3 – финансовая отчетность

Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф2.2110	Выручка	тыс.	56093	68621	64470	45361	44110	39314	20898
Ф2.2120	Себестоимость продаж	тыс.	53943	66379	61890	41454	39598	38200	17866
Ф2.2100	Валовая прибыль (убыток)	тыс.	0	2242	2580	3907	4512	1114	3032
Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф2.2210	Коммерческие расходы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2220	Управленческие расходы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2200	Прибыль (убыток) от продаж	тыс.	0	2242	2580	3907	4512	1114	3032
Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф2.2310	Доходы от участия в других организациях	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2320	Проценты к получению	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2330	Проценты к уплате	тыс.	0	0	0	29	0	0	0
Ф2.2340	Прочие доходы	тыс.	4623	4805	9213	1663	0	0	0
Ф2.2350	Прочие расходы	тыс.	5680	5696	10265	2954	0	0	0
Ф2.2300	Прибыль (убыток) до налогообложения	тыс.	0	1351	1528	2587	4512	1114	3032
Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф2.2410	Текущий налог на прибыль	тыс.	585	724	709	479	394	0	0
Ф2.2421	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2430	Изменение отложенных налоговых обязательств	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2450	Изменение отложенных налоговых активов	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2460	Прочее	тыс.	0	0	0	0	0	393	370
Ф2.2400	Чистая прибыль (убыток)	тыс.	508	627	819	2108	4118	721	2662
Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф2.2510	Результат от переоценки внеоборот.активов, не включ.в	тыс.	0	0	0	0	0	0	0

	чистую прибыль(убыток) периода								
Ф2.2520	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф2.2500	Совокупный финансовый результат периода	тыс.	0	0	0	0	0	721	2662

Таблица 4 – финансовая отчетность

Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф1.1110	Нематериальные активы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1120	Результаты исследований и разработок	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1130	Нематериальные поисковые активы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1140	Материальные поисковые активы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1150	Основные средства	тыс.	0	0	0	0	0	29	0
Ф1.1160	Доходные вложения в материальные ценности	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1170	Финансовые вложения	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1180	Отложенные налоговые активы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1190	Прочие внеоборотные активы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1100	Итого по разделу I - Внеоборотные активы	тыс.	0	0	0	0	0	29	0
Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф1.1210	Запасы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1220	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1230	Дебиторская задолженность	тыс.	0	10907	7502	7964	5501	1481	1838
Ф1.1240	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	тыс.	20137	0	0	0	0	0	0
Ф1.1250	Денежные средства и денежные эквиваленты	тыс.	1921	207	1698	3621	472	432	1590
Ф1.1260	Прочие оборотные активы	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1200	Итого по разделу II - Оборотные активы	тыс.	0	11114	9200	11585	5973	1913	3428
Ф1.1600	БАЛАНС (актив)	тыс.	22058	11114	9200	11585	5973	1942	3428
Код	Показатель		2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Ф1.1310	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	тыс.	0	0	0	0	0	10	10
Ф1.1320	Собственные акции, выкупленные	тыс.	0	0	0	0	0	0	0

	у акционеров								
Ф1.1340	Переоценка внеоборотных активов	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1350	Добавочный капитал (без переоценки)	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1360	Резервный капитал	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1370	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	тыс.	0	0	0	0	0	721	2662
Ф1.1300	Итого по разделу III - Капитал и резервы	тыс.	7398	7100	6953	6185	2670	731	2672
<b>Код</b>	<b>Показатель</b>		<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>
Ф1.1410	Заемные средства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1420	Отложенные налоговые обязательства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1430	Оценочные обязательства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1450	Прочие обязательства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1400	Итого по разделу IV - Долгосрочные обязательства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
<b>Код</b>	<b>Показатель</b>		<b>2019</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2013</b>
Ф1.1510	Заемные средства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1520	Кредиторская задолженность	тыс.	14660	4014	2247	5400	3303	1211	756
Ф1.1530	Доходы будущих периодов	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1540	Оценочные обязательства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1550	Прочие обязательства	тыс.	0	0	0	0	0	0	0
Ф1.1500	Итого по разделу V - Краткосрочные обязательства	тыс.	0	4014	2247	5400	3303	1211	756
Ф1.1700	БАЛАНС (пассив)	тыс.	22058	11114	9200	11585	5973	1942	34

## 1.4 Организационно-управленческая структура и взаимодействие подразделений (в виде схемы)

Далее рассмотрим организационно-управленческую структуру ООО «Фрегат Аэро»:



Рисунок 1 – Организационно-управленческая структура ООО «Фрегат»

Полномочия директора ООО "Фрегат Аэро" определяются Уставом предприятия, контрактом и действующим законодательством Российской Федерации. На директора и директора по туризму возлагаются следующие функции:

1. Планирование и руководство предоставлением всех видов услуг турагентством.
2. Руководство структурными подразделениями турагентства, организация их взаимодействия.
3. Распределение обязанностей и определение степени ответственности работников турагентства.
4. Контроль за соблюдением стандартов качества работы.
5. Выявление и анализ проблем в работе турагентства.
6. Представление интересов турагентства в суде, арбитраже, органах государственной власти и управления, а также во взаимоотношениях с иными хозяйствующими субъектами.

Заместитель директора выполняет следующие функции:

1. Налаживает работу и результативное взаимодействие структурных подразделений организации, контролирует их деятельность.
  2. Разрабатывает и согласовывает совместно с директором предприятия планы:
    - развития производства;
    - финансирования подразделений организации.
  3. Контролирует своевременность представления директору установленной отчетности.
  4. Утверждает штатное расписание.
  5. Устанавливает должностные оклады, надбавки.
  6. Ведет надзор за организацией работы по стимулированию персонала.
  7. Принимает меры по разрешению вопросов, относящихся к финансово-экономической и производственной деятельности.
  8. Содействует выполнению задач, связанных с текущей организационно-исполнительной работой организации.
  9. Обеспечивает выполнение в полной мере обязательств предприятия перед поставщиками, заказчиками, кредиторами, а также хозяйственных, трудовых договоров.
  10. Предпринимает меры по совершенствованию планирования экономических показателей деятельности организации, по созданию и совершенствованию нормативов трудовых затрат, использования производственных мощностей, расходования товарно-материальных ценностей.
  11. Контролирует ведение учета расходования и поступления средств, использования товарно-материальных ценностей.
  12. Реализует меры по соблюдению бережливого отношения к материальным, трудовым и финансовым ресурсам.
  13. Контролирует соблюдение финансовой дисциплины.
- Отдел выездного и въездного туризма оказывает:
1. Анализ спроса и предложения на туристские продукты.
  2. Контроль за реализацией туристских продуктов, выполнением туроператором обязательств по заключенным договорам.
- Отдел маркетинга взял на себя функции:
1. Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг. Организует проведение маркетинговых исследований, работу по ведению, анализу и систематизации клиентской базы.

2. Ведет переговоры с туроператорами, согласовывает основные условия договоров на предоставление туристских продуктов, готовит проекты договоров и обеспечивает их заключение.
3. Разрабатывает предложения по освоению нового туристского продукта; участвует в ознакомлении с новыми туристскими продуктами.
4. Определяет по согласованию с туроператором цену туристского продукта.
5. Проводит инструктаж работников отдела с целью обеспечения качества продаваемых туристских продуктов и предоставляемых услуг.
6. Поддерживает личный контакт с клиентами категории VIP. Ведет статистику туристских продуктов и отдельных туристских услуг, ведет установленную отчетность.
7. Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам.
8. Обеспечивает по согласованию с туроператорами страхование и визовое обслуживание туристов.
9. Изучает жалобы и претензии туристов к качеству туристских продуктов, направляет туроператорам требования об объяснении причин нарушения заключенных договоров.
10. Готовит предложения по предъявлению претензий к туроператорам, а также по приостановлению или полному прекращению работы с туроператорами, систематически нарушающими условия заключенных договоров.

### **1.5 Ознакомление с работой основных категорий работников, их должностными инструкциями**

Должностная инструкция — это внутренний организационно-распорядительный документ, содержащий конкретный перечень должностных обязанностей работника с учетом особенностей организации производства, труда и управления, его прав и мер ответственности, а также квалификационные требования, предъявляемые к занимаемой должности.

Должностная инструкция выполняет следующие задачи:

1. установление квалификационных требований, предъявляемых к определенной должности, выполняемой работе (образование, опыт работы, наличие специальной подготовки и т. п.);
2. определение должностных обязанностей работника (круг обязанностей, объем работы, участки, за которые отвечает работник, и т. п.);
3. установление пределов ответственности работника.

Таким образом, главное предназначение должностной инструкции - определение работнику круга его обязанностей, прав, ответственности.

Используя должностную инструкцию, работодатель может:

1. доказать отказ в приеме на работу в связи с несоответствием соискателя (пре-тендента на должность) установленным квалификационным требованиям, предъявляемым к определенной должности, выполняемой работе;
2. распределить трудовые функции между работниками;
3. оценить качество работы сотрудника в период испытательного срока;
4. оценить качество выполнения работником трудовой функции;
5. доказать несоответствие работника занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации, подтвержденной результатами аттестации;
6. доказать правомерность применения к работнику дисциплинарного взыскания за неисполнение или ненадлежащее исполнение возложенных на него трудовых обязанностей.

В ООО «Фрегат Аэро» работают менеджеры по въездному и выездному туризму, бухгалтер и маркетологи. Руководящие должности в компании: начальники отделов, заместитель директора, директор по туризму и директор. Компания также привлекает руководителей туристических групп в рамках гражданско-правовых договоров.

1. Осуществление в соответствии с законодательством общего руководства основной, административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туристской организации;
2. Организация работы и эффективного взаимодействия структурных подразделений туристской организации, направление их деятельности на обеспечение высокой культуры и качества предоставления туристского продукта;
3. Определение перспективных направлений развития туристской организации;
4. Распоряжение в пределах предоставленных прав расходованием материальных и финансовых ресурсов туристской организации, обеспечение их экономного и рационального использования;
5. Представление организации без доверенности в отношениях с государственными органами юридическими и физическими лицами.

Заместитель директора выполняет следующие должностные обязанности:

1. Обеспечивает своевременное составление сметно-финансовых и других документов, расчетов, установленной отчетности о выполнении планов.
2. Непосредственно при отсутствии генерального директора или по его поручению ведет переговоры с заказчиками, подрядчиками, субподрядчиками, потенциальными партнерами и другими организациями.

3. Контролирует соблюдение работниками трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, требований требований противопожарной безопасности.

4. Обеспечивает доведение до сведения работников и исполнение ими распоряжений и приказов генерального директора.

5. Информировывает генерального директора об имеющихся недостатках в работе предприятия и принимаемых мерах по их ликвидации.

Отдел выездного и въездного туризма оказывают:

1. Анализирует мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты, организует изучение потребностей туристов.

2. Ведет переговоры с туроператорами, согласовывает основные условия договоров на предоставление услуг, готовит проекты договоров и обеспечивает их заключение.

3. На основании результатов маркетинговых исследований разрабатывает концепцию и программу туристского продукта. Определяет по согласованию с туроператором цену туристского продукта. Организует проведение мероприятий по продвижению туристского продукта (рекламных кампаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов и др.).

4. Консультирует туристов о правилах въезда в страну временного пребывания и правилах пребывания в ней.

5. Заключает договоры о реализации туристского продукта. Представляет туристам информацию о существенных условиях договора, заключенного между туроператором и турагентом, реализующим туристский продукт, сформированный туроператором.

6. Готовит обзоры, отчеты о проделанной работе. Изучает причины направления клиентами жалоб и претензий к качеству туристского продукта или иным условиям заключенных договоров.

7. Принимает меры по устранению недостатков в обслуживании клиентов. Поддерживает контакт с постоянными клиентами.

8. Управляет доходностью направления.

Функциональные обязанности главного бухгалтера:

1. осуществляет все операции по ведению бухгалтерского учета;
2. ведет ежедневный учет бухгалтерских операций;
3. составляет периодический анализ состояния счетов;
4. заполняет платежные поручения и начисляет заработную плату;
5. несет ответственность за своевременную оплату всех обязательств перед государственными органами;



6. несет ответственность за предоставление необходимой и своевременной информации контролирующих органов;
7. обязан представлять данные и постоянно информировать Генерального директора по поводу ведения финансового и налогового учета на фирме;
8. совместно с коммерческим директором осуществляет расчет цен для туристических пакетов;
9. осуществляет банковские операции;
10. осуществляет ежегодную инвентаризацию.

Отдел маркетинга взял на себя обязанности:

1. Обеспечивает участие отдела в составлении перспективных и текущих планов производства и реализации продукции, определении новых рынков сбыта и новых потребителей продукции.
2. Координирует деятельность всех функциональных подразделений по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу продукции предприятия (заявки на поставку, договоры на производство, наличие запасов, емкость рынка и т. п.).
3. Организует изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияния на сбыт продукции и подготовку предложений по повышению ее конкурентоспособности и качества.
4. Осуществляет контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей рекламациях и претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к продукции предприятия.
5. Организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий в средствах массовой информации с помощью наружной, световой, электронной, почтовой рекламы, рекламы на транспорте, участие в отраслевых выставках, ярмарках, выставках-продажах для информирования потенциальных показателей и расширения рынков сбыта.
6. Готовит предложения по формированию фирменного стиля предприятия и фирменного оформления рекламной продукции.
7. Осуществляет методическое руководство дилерской службой и ее обеспечение всей необходимой технической и рекламной документацией.
8. Участвует совместно с другими отделами в разработке предложений и рекомендаций по изменению технических, экономических и других характеристик продукции с целью улучшения ее потребительских качеств и стимулирования сбыта.

9. Обеспечивает руководство работой сервисных центров по гарантийному обслуживанию и ремонту продукции предприятия, готовит предложения по технически обоснованному планированию и производству запасных частей (по количеству и номенклатуре).

10. Осуществляет надзор за правильностью хранения, транспортировки и использования продукции.

11. Руководит работниками отдела.

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

Основной объем до 2019 года включительно формировал выездной туризм. В настоящее время запущен ряд проектов по внутреннему туризму, развитие въездного туризма, успешно начатое в 2019 году, прервано в силу нормативных ограничений. В дальнейшем предполагается расширение доли услуг по въездному туризму.

Компания осуществляет групповые и индивидуальные программы по различным направлениям:

- Россия;
- Европа;
- Юго-Восточная Азия.

Официальными представителями является:

- "Pegas Touristik";
- "Anex Tour";
- "Coral Travel".

Компания "ДВ "Фрегат Аэро" предлагает следующие виды услуг:

- Чартерные программы;
- Индивидуальные туры;
- Сложные комбинированные маршруты;

Официальный визовый центр Республики Сингапур в Приморском крае. Оформление виз в Японию, Корею, Китай, Тайланд, Вьетнам, Сингапур, Тайвань, Германия, Австралия, Индия, Новая Зеландия, США)

- Однократные визы;
- Многократные визы;
- Шенгенские визы и др.

Турфирма имеет грамоты и сертификаты, официально подтверждающие признание компании как добросовестной и успешной компании. Клиенты компании знают высочайшее качество предоставляемых фирмой туристических услуг и приходят к ним снова и снова, не желая менять турфирму.

## 2 Организация обслуживания потребителей

### 2.1 Характеристика потребителей предприятия

Так как производственная практика проходила в туристической компании ООО "Фрегат Аэро", то мы рассмотрим основных потребителей предприятия.

Основными потребителями являются граждане, не только путешествующие на территорию Российской Федерации, но и жители России, которые заинтересованы в туризме в Азию, Европу, Америку. Следовательно, основными потребителями являются граждане Азиатских стран, а это китайцы, японцы, корейцы и жители России.

Разберем каждого потребителя и составим характеристику:

Китайцы - Принимающими странами был отмечен такой парадокс: китайские туристы стремятся экономить на основных компонентах турпродукта: средствах размещения, транспорте, экскурсиях и даже питании, выбирая наиболее дешевые варианты, и жестко торгуясь с местными поставщиками, однако покупательная способность в процессе путешествий весьма высока.

Как оказалось, для 30 % туристов дополнительные расходы составляют примерно половину стоимости тура, 7 % готовы потратить больше половины, а еще 14 % берут с собой сумму равную стоимости путевки выделить еще одну черту, присущую китайским туристам, — это стремление приобретать товары признанных мировых брендов. Исследования Euromonitor показывают, что с 2007 года в Китае увеличилось число людей, относящихся к среднему классу на 80 миллионов человек. К 2020 году эта цифра должна достигнуть 700 миллионов

Сезонность является особенностью потребления туризма китайцами. Под сезонностью подразумевается не классическое разделение по временам года, когда лето, например, является горячей порой для туризма во многих странах, а временные особенности китайского туризма.

Большая часть туристов осуществляет свои поездки в дни государственных праздников в КНР, поэтому распределение объемов потребления туристского продукта неравномерно.

В настоящее время существует три «длинных» праздника — это День образования КНР (1–7 октября), майские праздники (1–5 мая) и китайский Новый год (празднуется по лунному календарю, поэтому каждый год дата меняется).

В связи с этим можно делать прогнозы о возможном увеличении туристского потока в названные периоды года.

Японцы - Среди факторов, определяющих выбор японским туристом места путешествия, следует назвать следующие: безопасность путешествия, известность, привлекательность с точки зрения цели путешествия, приемлемость цены, комфорт и легкость путешествия, удобство перемещения. Выбирая средство перемещения, японцы прежде всего обращают внимание на безопасность полетов и возможность использования льготных тарифов, так называемых мильных карт FFP (Frequent Flier Program). Не на последнем месте стоит и сервис в салоне самолета, включающий материально-технические и организационные аспекты сервиса. Среди дополнительных услуг отмечается предоставление товаров туристской направленности.

Анализ средней продолжительности зарубежных поездок японцев позволяет сделать вывод о том, что наблюдается явная тенденция сокращения продолжительности путешествий. Самыми популярными являются путешествия продолжительностью 5—7 дней, и эта тенденция достаточно стабильна. На втором месте — путешествия длительностью 8—14 дней.

Японцы такая интересная и самобытная нация. За ними всегда интересно наблюдать и очень многое можно почерпнуть. Из наблюдений и опыта работы с ними

В Россию, и во Владивосток в частности, они приезжают за русской культурой и самобытностью. Им действительно нравится то как мы живём, природа вокруг, архитектура и еда, наши привычки, менталитет и другие особенности нашей нации

Если говорить про объекты показа, то здесь, конечно, немного в топе у них идут те, которые связаны с их историей. Поэтому они много спрашивают и часто уточняют моменты того как памятники оказались у нас. Но при всем при этом они любят смотреть и что-то действительно традиционное, и уникальное в плане объектов показа на нашей территории.

Еда. Да, она не всегда понятна для них, но с удовольствием пробуют и дегустируют. Что касается Владивостока тут, конечно, они пробуют и сравнивают как мы готовим морепродукты. Им заходят и нравятся наши сладости. И какие-то брендовые блюда тоже

Сувениры. История с происхождением матрёшек запутанная и неоднозначная и каким-то образом тоже связана с Россией и Японией. Но они считают, что это исконно наш сувенир. Поэтому любят покупать его в больших количествах. Также приобретают разные знаменательные и памятные подарки на память. Уважают и очень ценят, когда с ними обращаются в им привычной уважительной манере. Держат дистанцию, совершают небольшие покупки и т.д.

Японцы философски подходят к отдыху, они считают его важной частью жизни. Поэтому им действительно важно заранее знать программу, и чётко понимать где и в каком моменте дня они будут находиться. Любят чёткий распорядок. У них большая выдержка в

плане сил и энергии, что позволяет им легко передвигаться по разным не только автобусным и пешеходным маршрутам

Корейцы - Корея показала наиболее яркую динамику прироста из стран «большой азиатской тройки». Прирост в годовом выражении составил почти 136% (в прошлом году за три квартала регион принял 74 тыс. граждан из Южной Кореи). Приморский край за 9 месяцев этого года принял свыше 175 тысяч граждан Республики Корея, из них 172 тыс. – с целью туризма.

По итогам трех кварталов 2018 года на жителей этой страны приходится 28% всего въездного турпотока в край (и 32% от числа указавших целью визита туризм). Если соотнести региональные цифры въезда с федеральной статистикой прибытий корейских граждан в РФ (данные ФСБ РФ), то окажется, что почти треть всех визитов граждан Южной Кореи в Россию приходится именно на Приморье (74 тыс. из 224 тыс.). В текущем году, возможно, эта доля будет равна 40% или даже выше, т.к. региональная динамика прироста (+136%) значительно выше федеральной (+28%).

«Если в 2015 году количество гостей из Южной Кореи едва достигало 30 тысяч человек, то в 2016-ом составило уже 50 тысяч, а в 2017 году турпоток превысил 100 тысяч туристов. Безусловно, решающую роль сыграло и увеличение количества авиарейсов из Республики Корея во Владивосток – сегодня российские и корейские авиакомпании выполняют более 70 полетов в неделю. Путешествовать во Владивосток у жителей этой страны стало модным».

## 2.2 Технологии (стандарты) обслуживания на предприятии туризма

Стандарты туристского обслуживания являются частью государственной системы стандартизации Российской Федерации, определяющей цели и задачи стандартизации в области туризма и гостиничного менеджмента, основные принципы и организацию работ, категории нормативных документов, виды стандартов и основные положения по международному сотрудничеству.

Целями стандартизации в сфере туристского обслуживания являются обеспечение заявленного уровня качества и безопасности потребления турпродукта или отдельной туристской услуги, защита интересов потребителей туристских услуг от недобросовестной конкуренции на рынке.

В международной и отечественной практике под стандартом понимается нормативный документ по стандартизации, разработанный на основе согласия, характеризующегося отсутствием возражений по существенным вопросам у большинства заинтересованных сторон (производителей и потребителей), утвержденный признанным органом и обязательный к

применению. Государственные стандарты в сфере туристского обслуживания утверждаются, как правило, Госстандартом России.

Объект стандартизации - услуга, производственный процесс оказания услуги или ее результат, подлежащие стандартизации. Под услугой понимается результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные. К социально-культурным услугам относятся услуги по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя (поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства), а также медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и т. д. С другой стороны, в создании комплексной туристской услуги (тура) принимают участие и транспортные компании, предприятия питания и другие, услуги которых относятся к сфере материальных услуг.

Существуют находящиеся во взаимосвязи следующие категории стандартов:

- Государственные стандарты Российской Федерации, которые являются нормативной базой лицензирования и сертификации

- ГОСТР;

- стандарты отрасли - ОСТ;

- стандарты предприятий и объединений предприятий (союзов, ассоциаций) СТП;

- стандарты общественных объединений - СТО.

Базу стандартизации, существующей в сфере туризма и гостиничного хозяйства, в настоящее время составляют следующие государственные стандарты:

- ГОСТ 28681. О-90 «Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания. Основные положения»;

- ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»;

- ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;

- ГОСТР 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»;

- ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц»;

- ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения»;

- ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг (аутентичный тест ИСО 9002-87)»;

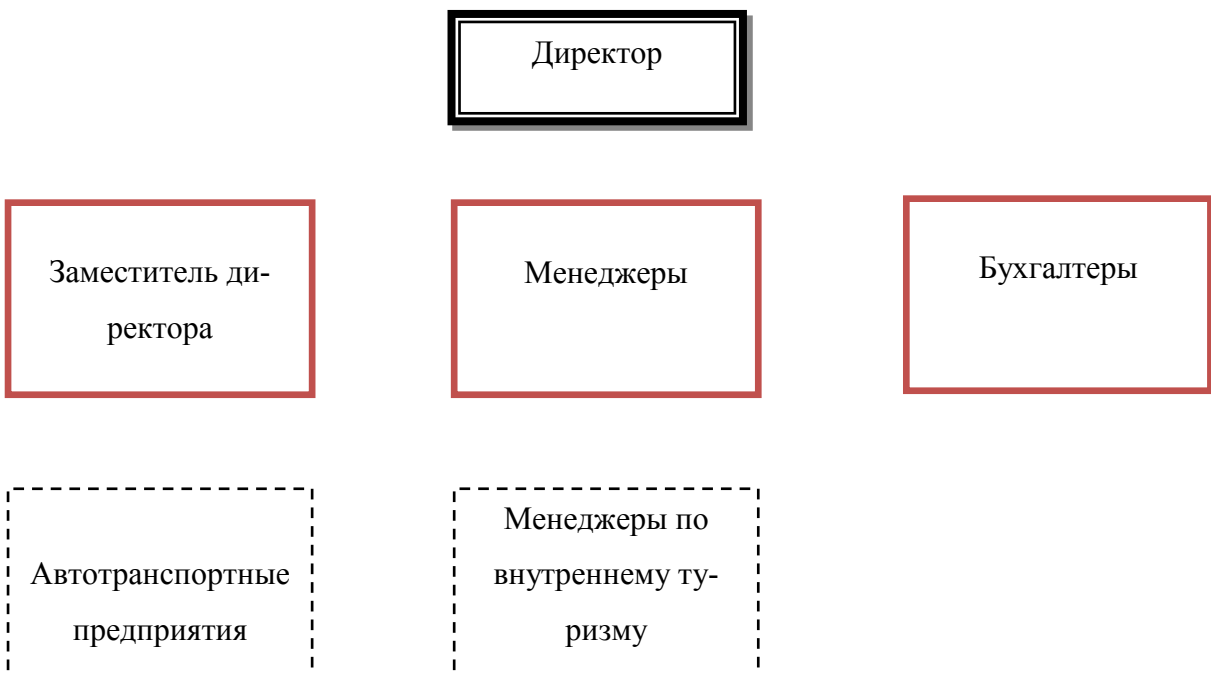
-ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»;  
 -ГОСТ Р 50460-92 «Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования».

### 2.3 Анализ процесса обслуживания в туристском предприятии с учетом требований потребителей

Процесс обслуживания в туристском предприятии с учетом требований потребителей.  
 Предприятие Р



Предприятие В



## Заключение

Во время прохождения производственной практики в ООО "Фрегат Аэро" я ознакомилась с деятельностью предприятия и его подразделений.

Основное время практики проходило удаленно в связи с эпидемиологической ситуацией на территории Приморского края. Но, не смотря, на это я старалась уделить наибольшее внимание изучению первичных сведений о предприятии, основных задач предприятия, управление персоналом организации и оказанию услуг.

Так же за время практики, я закрепила полученные теоретические и практические навыки по изучаемой специальности. Ознакомилась с обработкой с характеристикой потребителей предприятия, а также основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия в момент закрытых границ и действующих ограничений.

В период практики я принимала участие в редактировании базы объектов, замена старых фотографий на новые, ознакомление с нормативными документами, законами, актами, анализ характеристики потребителей, а именно корейцы, японцы и русские.

В заключении следует ответить, что отсутствует некоторая информация о ООО "Фрегат Аэро" в связи с тем, что на предприятии действует «Приказ о коммерческой тайне» и несколько документов находится в архиве, а новых пока не издавалась. Поэтому в некоторых вопросах присутствует только теоретическая часть.

По итогам прохождения производственной практики можно сделать вывод о том, что поставленные в начале практики цели и задачи успешно выполнены, а именно:

Цель: изучить первичные сведения о предприятии, ознакомиться с учредительными документами и нормативными материалами, ознакомиться с организационно-управленческой структурой и должностной инструкцией работников, а также их категория.

Задача: особенность управленческой деятельности организации, изучить первичные сведения о предприятии, основная задача предприятия, управление персоналом организации, деятельность организации по оказанию услуг и деятельность организации по связям с общественностью.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Боголюбов, В. С. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для среднего профессионального образования / В. С. Боголюбов. – 2-е изд., испр. и доп. / М.: Издательство Юрайт, 2019. – 293 с.
2. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для среднего профессионального образования / Л. Г. Березовая. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 477 с.
3. Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности : учебник для среднего профессионального образования / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 247 с.
4. Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 205 с.
5. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии : учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 120 с.
6. Шубаева, В. Г. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 120 с.
7. Отчетность ООО «ДВ» «Фрегат Аэро»
8. Контакты и информация «Фрегат Аэро» [Электронный ресурс]/ Fregat Aero: официальный сайт организации – Режим доступа: <https://fregataero.ru/about>
9. Турфирма Фрегат Аэро Владивосток [Электронный ресурс]/ Сайт vl.ru: официальный сайт – Режим доступа: <https://www.vl.ru/fregataero>
10. Борисов А.О Международный туризм и основные показатели его развития в России / С.101-104