



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ОТЧЕТ ПО  
УЧЕБНОЙ 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 «11» мая по «21» июня 2023 года

Студент группы C-TU-22-1

подпись

Коткова Д.В.

Наименование предприятия: АО «Приморское агентство авиационных компаний»,  
г.Владивосток

Руководитель практики от предприятия

подпись

Ибрагимова О.Н

Отчет защищен:

с оценкой отлично Руководитель практики от ООО Иксел Ткаченко Е.В.

Владивосток 2023

## Содержание

Введение .....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» .....	5
1.1 История создания и развития предприятия.....	5
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	7
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений .....	9
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия .....	11
1.5 Перспективы развития предприятия .....	12
2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия .....	15
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	15
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	18
4 Система обеспечения безопасности АО «ПААК».....	20
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	21
6 Индивидуальное задание .....	39
Заключение.....	41
Список использованных источников.....	43
Приложение А Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	44
Приложение Б Сайт «Билетур».....	45

## Введение

Туризм представляет собой временные выезды или путешествия людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Туризм и путешествия являются неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Путешествия – главная тема туризма. Различия во времени, расстояниях, местах проживания, целях и продолжительности пребывания – лишь отличительные элементы туризма. В целом, туризм является многоцелевым феноменом, который одновременно сочетает в себе элементы приключений, романтику дальних странствий, определенную тайн, посещение экзотических мест и, одновременно, земные заботы предпринимательства, вопрос здоровья, личной безопасности и сохранности имущества.

Туризм является одной из ведущих и наиболее развивающихся отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свой кругозор, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Реализация туристского бизнеса в условиях рынка может быть осуществлена при наличии четырёх основных составляющих: капитала, технологии, кадров, рекреационных ресурсов. Это означает, что, недостаточно имея капитал, приобрести кадры, технологию и заниматься туризмом. Для этого необходимо выбрать место, где имеются рекреационные ресурсы, а если такого места нет, то создать его. Это одна из специфических особенностей туристского бизнеса в условиях рынка. Так как четвёртая составляющая – рекреационные ресурсы – является наиболее дешёвой, то в целом это определяет высокую рентабельность туристского бизнеса. Если туризм связан с созданием туристского ресурса, то себестоимость туристского продукта резко возрастает.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создания дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, производство

товаров народного потребления, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально-экономического развития.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе необходимо хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристского менеджмента и маркетинга, прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Целью учебной практики является закрепление знаний, полученных на лекционных и практических занятиях, приобретение практических навыков в области следующих компетенций: предоставление турагентских и туроператорских услуг, а также услуг по сопровождению.

В ходе данных компетенций в период с 11.05.2023 по 21.06.2023 необходимо научиться:

- а) Проводить анализ потребностей заказчика и осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах;
- б) Оформлять документации заказа на расчет тура и реализации турпродукта;
- в) Заполнять пакеты необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- г) Планировать программы турпоездов, составление тура и турпакета;
- д) Проводить расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.

В качестве примера для исследования была выбрана туристская фирма АО «Приморское агентство авиационных компаний».

# 1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний».

## 1.1 История создания и развития предприятия

Название компании: АО «Приморское Агентство Авиационных Компаний». Место нахождения: Приморский край, г. Владивосток, улица Тигровая 20а. Часы работы: понедельник–суббота 09:00–19:00; воскресенье 09:00–18:00. Телефон: +7 (423) 240–77–00. (Приложение А).

История Владивостокского аэроагентства началась летом 1948 года, когда во Владивостоке открылась первая касса Аэрофлота по адресу Пограничная, 7. Это было помещение железнодорожных касс по предварительной продаже билетов.

Еще до революции экономические и стратегические интересы России на дальневосточных рубежах требовали создания транспортной системы, которая за короткое время, по сравнению с железнодорожным, морским и автомобильным транспортом могла бы перемещать людей из одной части страны в другую. Решить эту проблему смогла бы только авиация.

Первым начальником касс агентства Аэрофлота и одновременно кассиром была Синегуб Людмила Петровна, первыми кассирами – Леурда Светлана Семеновна, Дудкина Нина Викторовна и Петрунина Анна Мартыновна. Учитывая первоочередную потребность в расширении, руководство Аэрофлота осенью 1963 года открыло кассы Аэрофлота на Посьетской, 17. В январе 1964 года работу агентства Аэрофлота возглавила Гришина Галина Антоновна, оставившая яркий след в истории развития агентства благодаря своим деловым и организаторским способностям.

Стремительный рост спроса на авиабилеты опережал технические возможности аэроагентства. В те годы билеты оформлялись вручную. Для того, чтобы правильно рассчитать стоимость авиабилета по сложному маршруту, кассиру надо было не только отлично знать географию, но и прекрасно ориентироваться в ценах по тарифной сетке (авиа, ж/д, авто транспорта). В 1974 году, благодаря Гришиной Г.А., Владивосток вошел в число первых двадцати городов, внедривших у себя пульт-манипулятор автоматизированной системы продажи билетов «Сирена-1». С его помощью можно было брать места на рейсы, вылетающие из Москвы. Время передачи сообщений составляло 25 секунд. С 1976 года с помощью арендованных телефонных каналов была установлена связь с Уссурийском, Находкой и аэропортом. Это позволило 35 абонентам связываться с диспетчерами группы комплектования рейсов в ручном режиме. В 1988 году Владивосток стал открытым городом. Люди стали больше летать, и не только внутри страны, но и за ее пределы. Чтобы продавать билеты на международные рейсы в 1990 году была введена

система «Габриэль». С 1989 по 1990 год обязанности начальника агентства исполняла Сергиенко Анна Григорьевна.

Начало перестройки. После политических и социальных перемен в нашем обществе начались значительные изменения и в экономической сфере. С появлением новых форм собственности Аэрофлот перестал быть монополистом на отечественном рынке авиаперевозок. С июня 1990 года агентство возглавил Бычков Александр Владимирович. Это был период повального ажиотажа на билеты. Люди занимали очередь с вечера у здания аэрокасс на ул. Посьетской, жгли костры, возле которых проверялись списки очередников.

Сегодня в какие-то секунды агент по продаже авиабилетов может связаться с любой авиакомпанией мира и заказать билет клиенту в любую страну и в любое удобное для него время. В России около 400 авиакомпаний. В агентстве в условиях клиенту предоставят информацию по всем авиакомпаниям и подберут наиболее выгодный маршрут и тариф. Продажа авиабилетов в агентстве организована, как на внутренних авиалиниях, так и на международных.

Из Владивостока напрямую ходят рейсы до Ниигаты, Тоямы, Осаки, Шанхая, Сеула, Пусана, Харбина, причем совершаемые как отечественными, так и зарубежными компаниями. Билет здесь можно купить в любую точку мира: в страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Европы, Америки и др. Перемены в стране заставили руководство агентства пойти на самостоятельность.

Раньше агентство являлось структурным подразделением Владивосток-Авиа. В июне 1995 года «Приморское агентство авиационных компаний» акционировалось. 6 июня состоялось первое собрание учредителей ОАО «Приморское аэроагентство», 19 июня 1995 года предприятие было зарегистрировано как юридическое лицо, а 1 июля 1995 года стал первым днем самостоятельной работы акционерного общества. С этого момента начался бурный рост компании. В июле 1995 году предприятие вошло в ТКП – транспортно–клиринговую палату, куда входят более 300 авиакомпаний России. В сентябре 1996 года «Приморское аэроагентство» получило статус аккредитованного агентства в Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) со штаб-квартирой в Монреале. Ее состав насчитывает 200 авиакомпаний и 7200 агентств, действующих во многих странах мира. Совместное сотрудничество – гарант четкого взаимодействия агентств, перевозчиков и аэропортов. 9 апреля 1997 года ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» получило лицензию на международную туристскую деятельность, а уже через 2 месяца появились первые клиенты: школьники поехали отдыхать в Америку. Причинами открытия туристского департамента явились:

возможность предоставления полного пакета услуг (бронирование авиабилетов и гостиниц в любой точке мира, визовая поддержка, трансферы, экскурсионное обслуживание) как выезжающим за рубеж гражданам, так и иностранным гражданам, прибывающим в РФ; необходимость повышения уровня обслуживания пассажиров. В настоящее время успешно функционируют несколько филиалов туристического департамента в нескольких городах Приморья, в Хабаровске, Москве, Санкт-Петербурге, Биробиджане, на Камчатке и Сахалине.

Аналитики предсказывают «Приморскому агентству авиационных компаний» блестящие перспективы. Эта уверенность основывается на грандиозных успехах, достигнутых за несколько последних лет под руководством генерального директора – Заслуженного Работника Транспорта России – А.В. Бычкова. Одно из перспективных направлений работы Приморского агентства авиационных компаний – туризм.

«Приморское агентство авиационных компаний» является членом следующих организаций: Российского Союза туриндустрии, членом JATA (Японская туристическая ассоциация). Более чем 50–летний опыт работы «Приморского агентства авиационных компаний» нельзя измерить только коммерческим успехом. Одно из главных достижений этой компании – глубокое уважение, доверие и престиж людей – капитал, которым сегодня обладают очень немногие.

## 1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

«Приморское агентство авиационных компаний» – акционерное общество. Акционерным обществом в свою очередь является хозяйственное общество (корпорация), уставный капитал которого разделён на определённое число акций. Участники акционерного общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (ограниченная ответственность). Владение акциями легко передается другим лицам, особенно с помощью фондового рынка, упрощающего перевод капиталов из одной сферы бизнеса в другую.

### Особенности акционерного общества

К особенностям акционерного общества относится следующее:

- риски распределены;
- эффективный способ в организации управления;
- участие акционеров в управлении общества;
- право акционеров на получение дивидендов.

### Юридические признаки акционерного общества

Как следует из нормативных актов, которые регулируют деятельность акционерного общества, к юридическим признакам акционерного общества можно отнести следующие характеристики:

- у акционерного общества есть уставный капитал, который разделен на акции.
- акционерное общество является коммерческим юридическим лицом.

Цель акционерного общества заключается в получении прибыли.

- акционерное общество имеет имущество, обособленное от акционеров.
- акционерное общество заключает договоры и осуществляет другие действия от своего имени.

### Учредители акционерного общества

- учредителями акционерного общества могут быть физические и юридические лица.
- не могут быть учредителями акционерного общества государственные органы и органы местного самоуправления.

### Устав акционерного общества

Учредительным документом акционерного общества является устав.

Устав – это документ, который позволяет предприятию осуществлять профессиональную деятельность.

Устав акционерного общества содержит следующую обязательную информацию:

- фирменные названия акционерного общества (полное и сокращенное названия);
- местоположение (адрес) акционерного общества;
- тип акционерного общества (открытое или закрытое акционерное общество);
- данные об акциях компании и правах акционеров;
- размер уставного капитала акционерного общества;
- структура органов управления акционерного общества и порядок принятия ими решений;
- информация по общему собранию акционеров акционерного общества;
- другие положения, которые предусмотрены действующим законодательством.

Документы туристской фирмы «Приморское агентство авиационных компаний»

можно разделить на три большие группы: документы, выдаваемые туристам; учредительные документы; документы, относящиеся к разработке туров.

Учредительным документом АО «Приморское агентство авиационных компаний», которое характеризуется неограниченным числом участников в нем, является устав. Об

этом говорит ст. 11 ГК РФ, №208–ФЗ. Учредительные документы АО «Приморское агентство авиационных компаний»:

- свидетельство ОГРН;
- выписка из ЕГРЮЛ;
- свидетельство ИНН АО «Приморское агентство авиационных компаний»;
- карточка предприятия;
- информация о цепочке собственников;
- устав АО «Приморское агентство авиационных компаний»;

Основным документом, определяющим деятельность АО «Приморское агентство авиационных компаний», является его устав, зарегистрированный надлежащим образом.

В любом из офисов продаж клиенты могут получить полный комплекс услуг, а именно: оформление авиабилетов и туров, продажа авиа и ж/д билетов, оформление виз и прочих услуг.

### 1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура предприятия – это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работающие в ее рамках люди могли наиболее эффективно добиться поставленной перед ними цели. Организационная структура отражает взаимоотношения между руководящим составом и рабочим персоналом, дает четкое представление, кто на предприятии отвечает за принятие управленческих решений.

В штате турфирмы «Билетур» работают:

Директор фирмы. К основным обязанностям относятся: организация и обеспечение эффективной работы фирмы; осуществление контроля за качеством обслуживания клиентов обеспечение ведения своевременного представления отчетности по хозяйственно-финансовой деятельности; решение вопросов в пределах предоставленных ему прав.

Заместитель директора. Обязанности заместителя директора включают: осуществление тактического и оперативного планирования работы; распределение обязанностей; проведение текущего контроля над выполнением задач, управление подчиненным персоналом. Замещение функций директора во время его отсутствия. Управление маркетинговыми процессами, рекламной деятельностью, стимулированием сбыта.

Бухгалтерия. Она отвечает за ведение первичного бухгалтерского учета; начисление заработной платы, выплат по гражданским договорам; ведение налогового и управленческого учета; минимизация налоговых выплат. Специалист по бухгалтерскому

учету должен владеть нормативной базы, знать отраслевое законодательство и постоянно повышать квалификацию.

Офис продаж.

К функциям отдела продаж относятся:

- работа с клиентами;
- прием заявок у клиентов;
- проработка плана индивидуального тура;
- связь с операторами и средствами размещения;
- бронирование туров;
- оформление виз, страховок.

Менеджеры анализируют мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты, организуют изучение потребностей туристов. Ведут переговоры с туроператорами, согласовывают основные условия договоров на предоставление услуг, готовят проекты договоров и обеспечивают их заключение. Схема организационной структуры АО «ПААК» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия АО «ПААК»

Турфирма «Приморское агентство авиационных компаний» активно использует компьютерные технологии, которое значительно ускоряет все расчеты и формирование документов. Компьютеры всех сотрудников имеют подключение к Интернету.

Управленческая структура АО «Приморское агентство авиационных компаний» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственные, современные офисы, оснащенные необходимым техническим оборудованием.

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

Основные виды деятельности ОАО «Приморское агентство авиационных компаний»: продажа билетов и туристские услуги. Агентство работает на рынке продажи авиабилетов с 1948 года и с 1995 года – в секторе туристических услуг. ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» является членом следующих организаций:

- Российский Союз туристической индустрии;
- JATA (Японская туристическая ассоциация);
- IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта) – с сентября 1996года;

- ААВТ (Ассоциация агентств воздушного транспорта);

- ТКП (Транспортно Клиринговая Палата).

Виды услуг, предлагаемые предприятием

Туристические услуги

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- туроператор по Испании, Италии. Всероссийская сеть «Билетур» аккредитована в генеральных консульствах этих стран, что позволяет оформлять визы в короткие сроки и по привлекательной цене;

- туроператор по Юго-Восточной Азии (Китай, Южная Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Филиппины, Индия, Индонезия, Малайзия и многие другие страны);

- туроператор на Камчатке (экологические туры, сплавы, рыбалка, охота, восхождения);

- туроператор в Приморье (исторические, природные туры);

- организация чартерных рейсов;

- турагент в страны Европы, Азии и Америки (VIP-туры, морские курорты, экскурсионные туры, отдых, учеба, каникулы и прочее);

- визовая поддержка;

- аренда такси;

- доставка пассажиров из/в аэропортов по России и за рубежом;

- бронирование гостиниц в городах России и за рубежом;

- аренда вертолета;

- аренда катеров, яхт;

- аренда автобусов и микроавтобусов (Владивосток и Приморье).

Продажа АВИА и Ж/Д билетов

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- подбор оптимального маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- бронирование и продажа авиабилетов в любую страну мира на рейсы любых авиакомпаний.

Предоставляются все скидки и льготы авиакомпаний;

- транзитные перевозки через Сеул, Харбин, Лондон, Амстердам, Франкфурт, города России, страны СНГ, Америки, Азии, Европы;
- корпоративное обслуживание организаций;
- оформление групповых перевозок;
- продажа железнодорожных билетов;
- единая справочная служба;
- единая служба бронирования авиабилетов;
- возможность возврата, обмена, получения авиационных и железнодорожных билетов, оплаченных в кассе Агентства, в городах: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;
- заказ билетов по телефону и в Интернете;
- доставка авиабилетов по организациям;
- продажа билетов в кредит;
- возможна любая форма оплаты. Принимаем кредитные карты.

Дополнительные услуги

- услуги бизнес-центров в филиалах агентства в городах Владивосток, Уссурийск, Петропавловск-Камчатский: полноцветные копировально-множительные новейшем оборудовании. Ламинирование. Переплет. Компьютерные работы любой сложности. Международный таксофон, услуги Internet, электронная почта, факс;
- предоставляют в аренду оборудование для проведения семинаров, презентаций, тренингов во Владивостоке: мультимедийный проектор и экран на штативе.

### 1.5 Перспективы развития предприятия

На данный момент на туристическом рынке Приморского края существует более 180 туристских фирм, существенно усилилась борьба за клиентов. Поэтому конкурентное преимущество получают те туристские фирмы, которые эффективнее используют внутренние ресурсы. Ежегодно сотрудники турагентства сами прокладывают маршруты с полной информацией о странах, курортах, отелях и экскурсиях.

«Билетур» прогрессивная компания с каждым годом, у которой увеличивается клиентооборот. За эти годы компания «Билетур» приобрела немало постоянных клиентов и партнеров, многие выбирают именно данную турфирму, прежде всего потому, что её отличает надежность, высокое качество работы и уважение к клиентам. Компания «Билетур» постоянно наблюдает за своими клиентами и старается улучшить свои возможности в обслуживании. Туристы сами, когда им предоставляется возможность, готовы рассказать, что именно в обслуживании их удовлетворяет, а что требует улучшения, что они ожидают от туристической компании. Для этих целей на сайте компании имеется раздел для отзывов и предложений. Очень важно для ориентированных на маркетинг руководителей научиться слушать своих клиентов и поступать так, как они рекомендуют. Много новых идей в улучшении обслуживания и комфорта, если вдуматься, предложено самими туристами. Филиалы компании присутствуют по всей стране:

- Хабаровский край
- Камчатский край
- Сахалинская область
- Красноярский край
- Центральная Россия
- Амурская область
- Еврейская Автономная область
- Приморский край

АО «Приморское агентство авиационных компаний» активно занимается развитием Приморского края. Исследования показывают, что основой развития туризма на территориальном уровне являются два ключевых фактора: туристская инфраструктура, события, привлекающие туристов [1].

В настоящее время в регионе определен ключевой перечень событийных дел, развлекательных мероприятий, проводятся различные мероприятия в области культуры, организуются спортивные мероприятия, в том числе и международного уровня.

В целом, возможность развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае обусловлена следующими факторами

- близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона полевым потребителям туристских ресурсов в пределах 2-3 часовой доступности: развитием Приморского края как крупного логистического центра внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близостью потребителей туристских услуг, проживающих на территории ДФО;
- развитием г. Владивостока как центра деловой активности всего ДФО;
- наличием разнообразного природно-рекреационного потенциала, богатого

Культурно-исторического наследия; сложившихся исторических связей с народами, населяющими страны АТР, обладающих высокой степенью привлекательности для иностранных туристов;

– наличием высших образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Важным фактором формирования современного туристско-рекреационного комплекса в Приморском крае является внесение поправки в Федеральный закон 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» (в ред. Федеральных законов от 15.11.2010 №296-ФЗ), касающийся «создания благоприятных условий для развития туризма в субъекте Российской Федерации».

Ускоренное развитие межрегиональных туристских возможностей и повышение качества услуг обеспечиваются территориальной концентрацией приоритетных проектов федерального и регионального характеров, строительством объектов транспортной, образовательной, научной, культурной, гостиничной инфраструктуры к Саммиту АТЭС в соответствии с реализацией краевой целевой программы «Развитие г. Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе на 2008-2011 годы, принятой Законом Приморского края от 17.03.2008 №226-КЗ.

## 2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия

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

Продажа туристского продукта в условиях жесткой конкуренции становится все более сложной задачей. В связи с этим особое значение приобретает совершенствование технологии продаж.

Приморское агентство авиационных компаний имеет квалифицированных сотрудников, благоприятную атмосферу. Офис оснащен современным оборудованием, что способствует скорости работы. Так же «Приморское агентство авиационных компаний» имеет круглосуточную горячую линию, благодаря которой удовлетворяются потребности клиентов в любое удобное для них время.

Главной рыночной ролью компании как туроператора заключается в соединении поставщиков услуг с клиентами-туристами.

Для удобства клиентов офис оснащён картографическим материалом, информационными плакатами. Для создания имиджа фирмы пространство офиса было оформлено сувенирными изделиями, большинство из которых это не что иное, как благодарность туристов за тщательно подобранный тур. Большое значение фирма также уделяет работе с каталогами, поскольку клиент может ознакомиться со всеми предложениями и выбрать подходящий вариант.

Для быстрой работы менеджеров предусмотрено оснащение офиса современной компьютерной техникой и оргтехникой.

Оформление договоров и иных документов производится с использованием локальной сети и сети Интернет, что позволяет менеджера увеличивать производительность работы и уменьшать время по делопроизводству. Для работы с заявками турагентств предусмотрены специальные программы автоматизации.

Менеджеры, работающие в туристической фирме очень доброжелательны, способны проконсультировать туриста по любому направлению, предоставят подробную информацию, посоветуют только лучшие варианты. Работу менеджеров характеризует творческий, индивидуальный подход и внимательное отношение к каждой заявке. Ответственность, добросовестность, знание массовых направлений, тонкостей регионов сделают отдых туристов незабываемым. Выполняют менеджеры свои обязанности строго в соответствии должностной инструкции менеджера. Ежегодно сотрудники повышают квалификацию на семинарах и курсах.

Специфика работы предприятия заключается в высокой организации сотрудников, что обеспечивают быстроту реагирования и высокое качество обслуживания клиентов.

Новые сотрудники легко вливаются в коллектив благодаря доброжелательной атмосфере внутри коллектива. Для наилучшего ознакомления с деятельностью, осуществляемой туристской фирмой, для менеджеров отведены часы стажировки.

Ежедневно менеджерами компании «Приморское агентство авиационных компаний» исследуется туристический рынок, анализируются предлагаемые туры от различных туроператоров. Для отслеживания изменений в сфере туризма каждый просматриваются официальные туристические сайты, направленные на информирование не только туристов, но и туристических компаний об изменениях цены, качества туристического продукта и многое другое. На официальных сайтах туристических операторов изучаются туры, предлагаемые на данный момент, их содержание, стоимость и качество. Также на сайтах туроператоров расположена информация по правильному и наиболее удобному бронированию туров. Так как при бронировании тура цена указывается в у.е., то на сайте каждой туристической компании указан внутренний курс валюты, необходимо точно знать, какой курс в компании, чтобы не появилось проблем со стоимостью путевки. В большинстве случаев на сайте туроператоров размещены последние новости в сфере туризма и горящие туры в разные страны, чтобы непосредственно клиенты и другие туристические компании были осведомлены. Для того, чтобы найти тур, который наиболее подходит для туриста, на сайтах туроператоров также предлагается поисковик, который упрощает поиск подходящего тура. Этим поиском могут воспользоваться как туристы, так и работники других туристических компаний.

Важнейшим аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с клиентом. Сотрудники фирмы непосредственно участвуют в процессе продажи, умеют красиво представить свои маршруты, а также профессионально владеют техникой общения с клиентом. Менеджеры компании понимают, что выбор клиента во многом зависит не только от полученных сведений, но и от впечатления, которое сумел произвести сам менеджер

Процесс продажи туристского продукта включает:

- а) прием клиента и установление контакта с ним;
- б) установление мотивации выбора турпродукта;
- в) предложение туров;
- г) оформление правоотношений и расчет с клиентом;
- д) информационное обеспечение покупателя.

Компания «Приморское агентство авиационных компаний» имеет собственный сайт (Приложение Б). На сайте можно ознакомиться с последними новостями в туристическом мире, подобрать подходящий тур, узнать о штате компании и о месторасположении компании. Также на сайте «Приморское агентство авиационных компаний» можно заполнить экспресс-заявку на бронирование тура. Запрос будет рассмотрен менеджером туристической фирмы.

Для реализации наибольшего количества туристских услуг компания применяет необходимые методы продвижения. Используется наружная реклама: вывеска на фасаде здания туристической фирмы, рекламные щиты близ туристической фирмы, также информация содержится в Интернете и в электронных справочниках.

Предлагается устное представление туристской услуги в процессе личной беседы менеджера турфирмы с потенциальным покупателем с целью их продажи. Средствами личной продажи выступает личное общение с клиентами и беседа по телефону. Характерно то, что большинство клиентов прежде, чем выбрать турфирму и прийти в нее лично, обзванивают их по телефону. В связи с этими предварительными телефонными звонками клиентов нельзя недооценивать, ведь формирование благоприятного впечатления осуществляется в первые секунды разговора, а уже по первому телефонному общению с менеджером турфирмы в представлении клиента формируется ее имидж. При личных продажах происходит непосредственное воздействие на потенциального покупателя и побуждение к определенным действиям.

Характер персональных продаж позволяет значительно сократить бесполезную аудиторию, сконцентрироваться на четко определенных сегментах туристского рынка, установить долговременные отношения между менеджером турфирмы и покупателем, формировать и удерживать постоянную клиентуру, что очень важно в условиях возрастающей конкуренции.

Личные продажи являются единственным способом продвижения товара и услуг, которые заканчиваются непосредственно его реализацией.

### 3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

В туризме большие значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» продвижение туристского продукта это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов [2].

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях: рекламная кампания, стимулирование сбыта (продаж), персональные продажи, связи с общественностью. Реклама в сфере туризма более актуальна, чем в каких-либо других отраслях. Это обстоятельство связано с индивидуальными свойствами туристских услуг (неосязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления).

Маркетинг включает в себя множество самых разнообразных видов деятельности, в маркетинговые исследования, разработку товара, организацию его распространения, установление цен, рекламу. И главной задачей является исследование всех перечисленных видов деятельности, чтобы сделать максимально эффективной работу маркетинга на предприятиях туристического бизнеса [3].

Первая и главная задача маркетинга заключается в том, чтобы понять потребителя. Его желания и потребности обязательно должны быть изучены. По-настоящему эффективно работающие компании, каковой и является «Билетур», должны очень хорошо знать своих клиентов. Это называют «приближением к клиенту». Успешно работающая компания учится у тех, кого она обслуживают. Компания «Билетур» постоянно наблюдает за своими клиентами и старается улучшить свои возможности в обслуживании. У турфирмы есть прекрасный официальный сайт, на котором есть вся нужная информация. Зайдя на него, вы сразу же увидите самые выгодные и интересные предложения. Также присутствуют все способы связи с туристским агентом для уточнения информации.

Следующим важным направлением деятельности в маркетинге является продвижение товаров и услуг на рынок, реклама и сбыт созданных товаров и услуг. Для того чтобы добиться успеха, требуются значительные усилия, выдумка и находчивость. Рекламные издания переполнены разнообразными коммерческими предложениями, и ключ к успеху заключается в том, чтобы довести до потенциального клиента соответствующую информацию и вызвать его ответные действия, которые в лучшем случае должны завершиться приобретением товаров/услуг фирмы. Турфирма «Билетур» располагает большим количеством рекламных материалов таких как: буклеты по

международному и внутреннему туризму, различные каталоги по экскурсионным турам, лечебным турам и оздоровительным турам. Продвижение товаров и услуг на рынок осуществляется различными способами, используются как внешние, так и внутренние ресурсы.

Завершающей частью маркетинга является создание допустимого уровня доходов. Это, собственно, главная цель любого предпринимателя. Любое коммерческое дело осуществляется в целях получения прибыли.

Виды рекламы, которая используется в компании «Билетур»:

- официальный сайт компании <https://www.biletur.ru/>
- реклама на сайте farpost;
- реклама в социальных сетях;
- буклеты по внутреннему и международному туризму;
- каталоги по различным направлениям;
- вывески и указатели;
- визитные карточки компании.

Таким образом, значительная часть пользователей всемирной сети постепенно отказывается от различных источников информации. Есть люди, которые уже много лет не смотрят ТВ и не читают бумажную прессу, а получают все необходимые сведения из интернета, что быстрее, проще и эффективнее.

#### 4 Система обеспечения безопасности АО «ПААК»

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

Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (посл. ред. от 02.07.2021) «О техническом регулировании» дает определение безопасности: «безопасность – это состояние, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений».

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества. ГОСТ 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание». Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» классифицирует факторы риска следующим образом.

Травмоопасность, например, ушибы, переломы от падения различных предметов, ссадины от неудобного туристского снаряжения. Также это может быть воздействие окружающей среды, такие как повышенные или пониженные температуры, влажность, ветер, перепады давления.

Далее идет пожароопасность, а именно, разведение костров, курение в неположенных местах, пользование неисправными электроприборами и другое.

К факторам риска относят также биологические воздействия, психофизиологические нагрузки, опасность излучений, химические воздействия, повышенные запыленность и загазованность. В том числе, отсутствие необходимой информации об услуге и ее характеристиках, природные и техногенные катастрофы.

Безопасность в деятельности турфирмы обеспечивается полным и достоверным информированием туристов, соблюдением требований технических регламентов, различными видами страхования и другими мерами.

Страхование является еще одним способом защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц. Страхование все чаще становится обязательным условием любого тура. Туристская компания выплачивает туристу определенную сумму при наступлении страхового случая, такого как внезапное заболевание, несчастный случай, утрата имущества и другое.

Наиболее распространенные виды страхования в туризме – это страхование медицинских расходов на лечение, страхование багажа, автомобиля, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование отпусков и поездок.

## 5 Технология формирования профессиональных компетенций

### ПМ.01 Предоставление туристских услуг

ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

Под обслуживанием понимается система трудовых операций, полезных действий, различных усилий, которые осуществляют производители продукта по отношению к потребителю, удовлетворяя его запросы и предоставляя ему предусмотренные блага и удобства.

Актуальной проблемой обслуживания туристов является неумение продавать туристский продукт. Даже знающий менеджер легко может упустить клиента, если всем своим видом показывает незаинтересованность в работе с ним. К этой проблеме можно отнести отсутствие целого ряда навыков общения, незнание нужной информации и неумение ее преподнести.

Человеческая жизнь при оптимизации ее интенсивности предполагает деление на трудовую деятельность и рекреацию.

Рекреационная услуга – процесс предоставления за плату полезных действий, выполняемых специфическим образом организованными предприятиями, направленных на удовлетворение потребностей человека в восстановлении утраченных сил путем кратковременного изменения места своего проживания с целью лечения, отдыха, развлечений, получения новых впечатлений и познавательной целью.

В свою очередь сфера собственно рекреационных услуг является подсистемой более крупного структурного образования – сферы отдыха (досуга), в состав которой входят услуги учреждений культуры, спортивных, зрелищных и развлекательных предприятий, которые, несомненно, имеют рекреационное значение, однако обладают значительной отраслевой спецификой. Такое понимание содержания рекреационных услуг обуславливает возможность отнесения их к сфере туризма. Правомерность такого объединения подтверждается принятой во всём мире терминологией, согласно которой под туризмом подразумевается «деятельность лица, путешествующего в место, находящееся вне его обычной среды на срок, не превышающий определённый период времени, и, главной целью путешествия которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте».

Основой и предпосылкой существования различных видов рекреационных услуг являются рекреационные потребности человека, наличие свободного времени и

материальные возможности, а также обладание людей свободой передвигаться из одного места в другое [5].

#### ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах

Турфирма АО «Приморское агентство авиационных компаний» 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);
- о 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.

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта

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.

Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров: приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Осуществление туристских операций предполагает установление и поддержание определенных взаимоотношений между туроператором и турагентом.

Данный процесс в общем виде имеет следующий вид:

- а) публичная оферта туроператора;
- б) заключение договора между туроператором и турагентом;
- в) рассылка туроператором предложений (прайс–листов) и рекламных материалов;
- г) заявка турагента на бронирование туристского продукта;
- д) подтверждение заявки туроператором и выставление счета;
- е) оплата счета турагентом и передача туроператору документов туриста.

Сотрудничество между туроператором и турагентом приносит выгоду обеим сторонам.

Наличие у туроператора широкой и разветвленной агентской сети обеспечивает:

- а) рост объемов продаж туристских продуктов;
- б) выход на новые рынки;
- в) экономию расходов на содержание собственного персонала, аренду помещений, их оборудование и др.

В свою очередь турагент получает комиссионное вознаграждение за посредничество в реализации туров конечным потребителям. Комиссионное вознаграждение является основным источником доходов турагентов [5].

Преимущества сотрудничества для турагента с туроператором состоят в следующем:

- а) освобождение от деятельности по планированию и разработке условий тура, их согласованию с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, транспорта и объектами культурно–зрелищной программы), получение иностранных виз и др.;
- б) уменьшение доли ответственности перед клиентом;
- в) расширение сферы деятельности благодаря сотрудничеству с несколькими туроператорами, специализирующимися на разных по содержанию и качеству турпродуктах;

г) обеспечение коммерческой выгоды в результате использования имиджа фирмы туроператора.

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя

Прием заявки на оказание туристских услуг и расчет стоимости по услуге происходит в соответствии с локальным актом, разработанным в фирме – «Публичной офертой на оказание туристических услуг».

При оформлении туристского путешествия в офисе АО «Приморское агентство авиационных компаний» турист получает на руки важные документы, подтверждающие его право на получение оплаченных услуг, а также исчерпывающую информацию об этих услугах.

К таким документам относятся:

- а) договор о реализации турпродукта;
- б) туристская путевка установленной формы;
- в) информационный листок к путевке;
- г) туристский ваучер;
- д) памятка (например, для выезжающих за рубеж).

Бланк строгой отчетности «Туристская путевка» разработан в соответствии с требованиями Федерального закона от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. ФЗ от 05.02.2007 г. № 12-ФЗ) и постановления Правительства Российской Федерации от 31.03.2005 г. № 171 «Об утверждении Положения об осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники» взамен устаревшего бланка туристской путевки формы «ТУР1». Турпутевка применяется туроператорами и турагентами, оказывающими услуги по реализации туристского продукта, которые обязаны вести учет бланков строгой отчетности (по сериям и номерам). Порядок учета, хранения, инвентаризации, осуществления контроля за надлежащим использованием бланков строгой отчетности «Туристская путевка» осуществляется согласно требованиям постановления Правительства РФ и других нормативных документов [5].

#### ПК 1.5 Оформлять турпакет

Турпутевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности.

Турпутевка является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта и оформляется после его подписания между туроператором или турагентом и заказчиком туристского продукта. Турпутевка приравнивается к кассовому чеку и предназначена для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Страхование на время поездки за границу – это защита здоровья и имущества туриста в путешествии.

То есть страхование выезжающих за рубеж – это:

- а) неотложная медицинская помощь и возмещение расходов, связанных с болезнью и недомоганием;
- б) материальная компенсация при страховании от несчастного случая;
- в) компенсация убытков из-за непредвиденной отмены поездки или изменения ее сроков по независящим от вас причинам;
- г) компенсация в случае повреждения, утраты или задержки багажа;
- д) возмещение расходов в случае причинения вреда по неосторожности третьим лицам.

При оформлении полиса турист может выбрать любую подходящую ему программу страхования выезжающих за рубеж.

Ваучер выписывается на белой бумаге с печатью и является документом, по которому в стране отдыха туристу будут предоставлены забронированные и оплаченные услуги.

Ваучер выписывается на двух языках. При отсутствии ваучера услуги не предоставляются.

ПК 1.6 Выполнять работы по оказанию визовой поддержки потребителю

Для того, чтобы турфирма АО «ПААК» смогла грамотно оформить визу, необходимо:

- а) предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- б) консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- в) доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.

Периодически та или иная страна или группа стран существенно ужесточают режим въезда и вводят более строгий порядок получения туристских виз. Все больше иностранных посольств требуют одновременно с перечисленными документами предъявлять ксерокопию страниц внутреннего паспорта туриста (фото, данные туриста, его прописка, для мужчин – отметка о воинской обязанности или приписное свидетельство).

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности

При оформлении туристского путешествия в офисе АО «Приморское агентство авиационных компаний» турист получает на руки важные документы, подтверждающие его право на получение оплаченных услуг, а также исчерпывающую информацию об этих услугах.

К таким документам относятся:

- а) договор о реализации турпродукта;
- б) туристская путевка установленной формы;
- в) информационный листок к путевке;
- г) туристский ваучер;
- д) памятка (например, для выезжающих за рубеж).

Договор о реализации турпродукта представляет собой соглашение между потребителем туристской услуги (туристом) и туроператором или турагентом, реализующим пакет услуг. Договор заключается в письменной форме и содержит существенные условия договора, в том числе достоверную информацию о реализуемом пакете услуг, розничной цене и порядке оплаты, а также определяет взаимные права и обязанности сторон при организации и проведении поездки (путешествия).

Турпутевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности, который является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта и оформляется после его подписания между туроператором или турагентом и заказчиком туристского продукта. По своей юридической силе турпутевка приравнивается к кассовому чеку и предназначена для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт.

Информационный листок к путевке содержит разделы обязательной и дополнительной информации по маршруту, предназначенной для туристов, и является неотъемлемым приложением к туристской путевке или ваучеру. Содержание обязательной информации устанавливается ФЗ от 24.11.1996 г. № 132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 05.02.2007 г. № 12–ФЗ) и ГОСТ Р 50690–2000 «Туристско–экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования».

Кроме путевки в практике туристской деятельности имеет хождение и туристский ваучер – многофункциональный документ, подтверждающий статус туриста, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, а также подтверждающий факт (полноту) их оказания. Бланк и форма заполнения ваучера должны быть согласованы с принимающей стороной. Ваучер (комплект ваучеров) должен быть

составлен на языке страны направления и на английском языке или языке страны пребывания. В отличие от туристской путевки ваучер является документом международного характера, поэтому четкой формы он не имеет и составляется в форме, которая удобна и отправляющей, и принимающей туристов фирме, в свою очередь, турпутевка содержит только сведения, необходимые для отчетности, и составляется на русском языке, в большинстве случаев непонятном для принимающей стороны. Служит ваучер специально для предъявления его представителю принимающей стороны, чтобы получить право на обслуживание.

Памятка турист – информационный листок, содержащий сведения о социально-политических, климатических, религиозных, культурно–этнических и других особенностях страны временного пребывания [6].

#### ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК 2.1 Контроль за готовностью группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут

Руководитель туристской группы АО «Приморское агентство авиационных компаний» 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.

Сопровождающий должен присутствовать в самых деликатных и проблематичных ситуациях поездки, таким образом, своим профессиональным участием он должен разрешить любое затруднение. К примеру, он должен помочь и решить ситуацию для членов своей группы в случае болезни, несчастного случая, пропажи и кражи документов, посредством необходимых контактов с посольствами, консульствами и полицейскими участками.

Во время посадки в автобус необходимо проверить наличие туристов и их документов:

- а) загранпаспорт (загранпаспорт надо сверить с визированным списком);
- б) если это ребенок до 18 лет, и он следует с одним из родителей – оригинал свидетельства о рождении, паспорт РФ родителя, загранпаспорт;
- в) если ребенок выезжает без сопровождения родителей – согласие на сопровождающее лицо, загранпаспорт, оригинал свидетельства о рождении.

Основные потребности тургруппы – это потребности в передвижении, проживании и питании. Следовательно, услуги средств размещения, предприятий питания и транспортных организаций являются обязательными для осуществления туристской

деятельности. Средства размещения (гостиницы, мотели, частные квартиры) и предприятия питания (рестораны, и кафе, бары) обеспечивают условия для нормальной жизнедеятельности туристов. Транспортные средства осуществляют их доставку к местам отдыха и обеспечивают передвижения. Потребление основных услуг является предпосылкой для удовлетворения специфических потребностей туристов, являющихся главной целью поездки – потребностей во впечатлениях, развлечениях, деловых встречах, курортном обслуживании. Дополнительные потребности туристов удовлетворяются услугами предприятий сервиса, торговли, культурных и развлекательных учреждений.

Если клиент выбирает индивидуальный тур (до 10 человек), то значит, он хочет максимально удовлетворить свои потребности, проявить во время поездки самостоятельность.

Особые потребности индивидуального туриста:

а) оригинальный маршрут путешествия. Клиент сам определяет желательное место, куда хочет попасть, время поездки и вид транспорта;

б) персональная программа посещения культурных и развлекательных мероприятий, которая также разрабатывается при непосредственном участии туриста и в полной мере отражает его интересы и потребности;

в) автономность во время путешествия. Основные параметры поездки человек определяет самостоятельно. Более того, у него существует возможность оперативного внесения некоторых изменений, связанных с его настроением, желаниями и т.д.;

д) разнообразие возможных вариантов организации тура. По сути, выбирая самостоятельное путешествие, клиент может обратиться непосредственно к туроператору, расположенному в стране, которую он планирует посетить. Это позволит сократить финансовые затраты, получив дополнительную возможность влиять на путешествие [6].

#### ПК 2.2 Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте

Экскурсовод (руководитель) туристской группы АО «Приморское агентство авиационных компаний» должен ознакомить всех участников с инструкцией по обеспечению безопасности на экскурсионных маршрутах и требовать их неукоснительного выполнения. В инструктаже экскурсионного маршрута подробно описано, что обязаны делать туристы и РТГ, на что имеют право, и что запрещается. Также что должен делать РТГ перед началом поездки, во время неё и в промежуточных пунктах путешествия [3].

Основная обязанность туриста – соблюдение техники безопасности, запрещается употребление алкогольных и наркотических средств. РТГ в первую очередь обязан

следить за безопасностью туристов, их поведением и надлежащим выполнением услуг на маршруте.

Общие правила поведения:

– туристы (экскурсанты) должны вовремя прибывать к месту начала экскурсии, а также к местам сбора и отправки группы во время экскурсии. Экскурсовод (сопровождающий) не обязан ожидать опаздывающего экскурсанта;

– туристы обязуются соблюдать и выполнять правила техники безопасности, общественного поведения, в том числе рекомендации и правила распорядка мест временного пребывания, мест проведения экскурсий, музеев, транспортных средств и т.д., а также выполнять распоряжения и рекомендации экскурсоводов, сопровождающих, вожатых;

– туристы обязуются своим поведением, намеренными или небрежными действиями не причинять беспокойства и не нарушать права организаторов и других участников экскурсии, третьих лиц;

– туристы (законные представители туристов) несут полную ответственность за ущерб (вред), причиненный третьим лицам, а также все риски и всю тяжесть последствий, которые могут возникнуть в результате деяний туристов;

– туристы обязуются самостоятельно не предпринимать каких-либо действий, направленных на отклонение от маршрута проведения экскурсии, отставание от экскурсионной группы и т.д.:

– при движении по тротуарам, по дорогам, не оборудованным тротуарами, переходе через проезжую часть с движущимся автотранспортом и т.д., соблюдать правила дорожного движения;

– при групповой автобусной (автомобильной), железнодорожной перевозке туристы обязуются соблюдать правила соответствующей перевозки, а также выполнять требования экипажа автомобильного транспортного средства.

ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте

К туристским походам, экскурсиям, экспедициям допускаются учащиеся, имеющие медицинский допуск и прошедшие инструктаж по технике безопасности. При проведении туристского похода, экскурсии, экспедиции соблюдать требования «Инструкции по организации и проведению туристских мероприятий с обучающимися образовательных учреждений системы Московского комитета образования.

При проведении туристских походов, экскурсий, экспедиций необходимо учитывать возможное воздействие на участников следующих опасных факторов:

а) потертости ног при неправильном подборе обуви;

б) травмы и раны при неправильном использовании острых и режущих предметов, огня и кипятка;

в) заражение желудочно-кишечными заболеваниями при употреблении воды из непроверенных открытых водоемов;

г) отравление ядовитыми растениями, плодами, грибами;

д) самовольное оставление участниками места расположения группы.

При проведении туристских походов, экскурсий, экспедиции в группе должна быть медицинская аптечка с набором необходимых медикаментов.

При несчастном случае, признаках заболевания участник обязан немедленно сообщить об этом руководителю [6].

#### ПК 2.4 Обеспечивать безопасности туристов на маршруте

При организации рекламно-выставочной деятельности компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» необходимы следующие мероприятия: правильный выбор организатора, создание рабочего органа, разработка программы, реальной отвечающей нуждам рынка и интересной специалистам.

На подготовительном этапе организации выставки необходимо разработать ее рекламную концепцию на основе результатов мониторинга СМИ, учитывающего различные целевые аудитории, и задал, поставленных организатором.

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 [6]. Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

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

- 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;

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

- обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических медицинских прививок;
- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);
- обеспечение материально–технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);
- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т.д.);
- обеспечение сопровождения туристских групп специальными службами;
- защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;
- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;
- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;
- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;
- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

ПК 2.5 Контролировать качества обслуживания туристов принимающей стороной

Проблема обеспечения качества продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в развитии любой отрасли. Однако показатели качества, а также проблемы, связанные с выпуском качественной продукции, специфичны для каждой отрасли, в том числе и для сферы туризма.

Стандарт – нормативный документ, разработанный на основе соглашения большинства заинтересованных сторон и принятый признанным органом или утвержденный предприятием, в котором устанавливаются для всеобщего и многократного использования правила, общие принципы, характеристики, требования и методы, касающиеся определенных объектов стандартизации, и который направлен на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области.

По Закону РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» граждане Российской Федерации имеют право на надлежащее качество и безопасность товаров, работ и услуг.

В услугах выделяют два направления регулирования качества:

а) материальное (объективное), которому соответствуют количественные характеристики, т. е. показатели или параметры качества, измеряемые и выраженные числом и размерностью, имеющие стандартные методы определения (расчет, анализ, измерение и т. д.);

б) нематериальное (субъективное), которому соответствуют качественные характеристики, зависящие от субъективного восприятия потребителя, оцениваемые экспертами органами чувств.

Это комфортность, удобство, эстетика интерьера, этика общения, вежливость, чуткость, доступность персонала, т.е. вся совокупность характеристик культуры обслуживания.

Качество туристского обслуживания является одним из важнейших факторов успешной деятельности туристского предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний». Качество становится незаменимым инструментом в конкурентной борьбе. Туристы, которые довольны обслуживанием в гостиницах, ресторанах, бюро услуг, туристских комплексах определенных стран, становятся их активными пропагандистами. Они многократно посещают эти места, способствуя увеличению потоков туристов, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество обслуживания, в конечном счете, способствует повышению экономической эффективности туризма [6].

ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

Отчет – документ, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период времени, выполнении мероприятий, поручений, заданий, представляемый руководителю структурного подразделения, организации или вышестоящему органу.

При составлении внутренних отчетов учитывается их назначение и круг рассматриваемых вопросов. Отчеты составляются на общем бланке или стандартном листе бумаги. Обязательными реквизитами отчета или справки отчетного характера являются: наименование организации, наименование подразделения (если это отчет или справка о работе подразделения), название вида документа, дата, номер документа, место составления, заголовок к тексту, подпись, гриф утверждения (на отчетах) или резолюция руководителя (на справке отчетного характера).

В отчете дается описание выполненной работы и заключение, в котором анализируются ее итоги и излагаются выводы и предложения. Если отчет содержит результаты работы, которая ранее планировалась, последовательность изложения отчета должна соответствовать последовательности расположения заданий в плановом документе.

Отчеты о работе структурных подразделений подписываются руководителем подразделения, отчеты о работе организации в целом подписываются руководителем подразделения, ответственным за подготовку отчета, отчет о работе сотрудника организации подписывается самим составителем. Отчет о работе организации утверждается руководителем организации или вышестоящим органом. Датой отчета является дата его утверждения или вынесения резолюции. К отчету может прилагаться пояснительная записка и другие справочные материалы [4].

### ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

#### ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

Отчетная документация о туристской поездке – единственный источник информации районах путешествия. Отчет состоит из текстовой части и справочных сведений о путешествии.

Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Первые системы электронного документооборота разрабатывались непосредственно на предприятиях и были полностью индивидуализированными. Изменить структуру такой системы было практически невозможно, а стоимость программы была весьма высокой. Применяли электронный документооборот только в тех компаниях, где исключение ручной обработки документов могло принести немалую экономию.

Внедрение электронного документооборота позволяет предприятию получить следующие преимущества:

- однократная регистрация документа, позволяющая безошибочно идентифицировать его в системе;
- параллельное выполнение нескольких операций, сокращающее время движения документа и повышающее оперативность исполнения;
- непрерывное движение документа, дающее возможность выявить ответственного за его исполнение в любой момент процесса;
- единая база документов, исключающая возможность их дублирования;
- результативный поиск документа при наличии о нем минимальной информации;
- эффективная система отчетности, позволяющая контролировать движение документа на каждом этапе документооборота.

Качественные показатели оцениваются с точки зрения улучшения и развития нескольких аспектов деятельности компании:

- рост производительности труда работников до 25%, благодаря наличию единого информационного пространства, упрощению эффективному контролю над исполнением документов; процессов коллективной работы,
- снижение рисков потери документов;
- увеличение скорости согласования и утверждения документов;
- повышение корпоративной культуры.

Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан.

Для въезда в Российскую Федерацию иностранного гражданина или лица без гражданства необходимая виза.

При наличии соглашения возможен въезд в Российскую Федерацию иностранных граждан без виз.

Условия въезда граждан иностранных государств в Российскую Федерацию.

Для оформления визы иностранный гражданин должен обратиться в российское консульское учреждение по месту своего постоянного проживания.

Российские консульские учреждения оформляют визу в зависимости от цели поездки и срока пребывания иностранца на территории Российской Федерации.

Вне зависимости от категории визы заявитель должен предоставить в российское консульское учреждение следующие документы:

- паспорт;
- заполненная визовая анкета. Визовая анкета заполняется в электронном виде. В случае отсутствия технической возможности допускается заполнение визовой анкеты рукописном виде или печатном вариант;
- одна фотография размером 3,5 x 4,5 см;
- на условиях взаимности за оформление визы взимается сбор;
- документы в зависимости от категории визы.

Виза оформляется только после подачи в консульское учреждение полного комплекта документов.

Комплект документов для оформления визы должен быть предоставлен лично заявителем или его законным представителем.

После приема документов и оплаты сбора заявитель получает квитанцию с указанием даты готовности визы. Квитанцию необходимо представить для получения визы.

По получении визы заявитель должен проверить правильность заполнения соответствующих граф: фамилия, сроки поездки, номер паспорта, дата рождения и т.п. и в случае необходимости незамедлительно вернуть визу для внесения поправок.

Консульство оставляет за собой право в случае наличия серьезных оснований отказать в оформлении визы заявителю.

В случае отказа в выдаче визы оплаченный сбор возврату не подлежит.

ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

Маркетинговые исследования – систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой ситуацией, их сбор, анализ и отчет о результатах. Фирма проводит маркетинговые исследования или собственными силами – отделом маркетинга, или специализированными организациями.

Наиболее типичными задачами исследователей маркетинга являются: изучение характеристик рынка, замеры потенциальных возможностей рынка, анализ распределения долей рынка между фирмами, анализ сбыта, изучение тенденций деловой активности, изучение товаров конкурентов, краткосрочное прогнозирование, изучение реакции на новый товар и его объём, долгосрочное прогнозирование, изучение политики цен.

Маркетинговые исследования должны способствовать более эффективной адаптации товаропроизводителей к требованиям рынка и конечных потребителей [6].

ПК 3.2 Формировать туристский продукт

При формировании туристского продукта важно учитывать требования потенциальных клиентов, поэтому фирме необходимо определить целевую группу потребителей, на которую направлен ее продукт, то есть выбрать иностранного партнера. Реализовать вновь разработанные туры фирма может с помощью имеющихся каналов сбыта, то есть тех партнеров в стране, с которыми она работала раньше.

Если туристская фирма впервые выходит на международный рынок или новое направление, то перед ней стоит задача поиска подходящего партнера (контрагента). Контрагентами в международной торговле называют стороны, находящиеся в договорных отношениях по купле-продаже товаров или предоставления различного рода услуг. Критериями выбора фирмы-контрагента является наличие юридического основания (лицензии) заниматься продажей туристических услуг, ее деловая характеристика – деловое резюме, а также учет опыта прошлых операций [6].

На основании этих критериев туристская организация выбирает фирмы–партнеры для дальнейшего длительного изучения и работы с ними. Это позволяет ей в дальнейшем

в меньшей степени зависеть от какого-то одного партнера и проводить более гибкую рыночную политику.

Следующим моментом деятельности по формированию туристского продукта является согласование с контрагентом программы обслуживания.

При заключении договора между туроператором и турагентом (или между туроператором, который отправляет, и туроператором, принимает) сначала составляется программа обслуживания туристов в виде набора услуг без распределения по конкретным дням обслуживания. Во время проведения переговоров между фирмой, которая принимает и фирмой, которая отправляет, обсуждаются маршрут тура, его программа, пакет услуг, которые должны быть предоставлены туристам.

Перед заездом туристов составляют маршрут по дням, дают туристу путевку или ваучер. Технология организации и проведения тура определяется качеством обслуживания, который включает формирование программы обслуживания и составление ежедневных экскурсионно-досуговых программ.

Оптимальная программа обслуживания – это программа, которая учитывает потребности клиентов и тематику обслуживания (вид туризма), несмотря на содержание, состав услуг, их количество и порядок предоставления. Каждый из видов туризма (деловой тур, фольклорный тур, тур с целью отдыха и экскурсионно-познавательный тур и т.д.) предполагает определенный уровень комфортности обслуживания и соответствия программы обслуживания цели путешествия.

К принципиальным вопросам операций с туристской фирмой–контрагентом относятся условия расчетов за туристов. Для расчетов между фирмами используются банковские переводы, дорожные чеки, наличная валюта, которую привозит сопровождающий туристской группы и после прибытия первого пункта страны пребывания сдает ее представителю фирмы, которая принимает.

### ПК 3.3 Рассчитывать стоимость турпродукта

Себестоимость турпродукта должна отражать все затраты турфирмы на организации поездки.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы продукции.

Себестоимость туристского продукта складывается из суммы переменных и постоянных затрат на организацию тура.

Основные постоянные затраты:

а) аренда офиса;

б) заработная плата персонала туристского предприятия с отчислениями на социальное страхование;

в) затраты на общую рекламу;

д) прочие хозяйственные расходы и др.

Переменные затраты:

а) расходы на проживание;

б) расходы на питание;

в) транспортные расходы;

д) виза, при её необходимости;

е) расходы на экскурсионную программу;

ж) страховка.

Норма прибыли для туристских фирм составляет 20%, её величина корректируется с учётом спроса, предложений и уровнем конкуренции на рынке туристских услуг [6].

## 6 Индивидуальное задание

### ПМ.01 Предоставление туристских услуг

ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

У менеджера, работающего в туристской фирме, есть важное преимущество перед другими торговыми агентами. Дело в том, что любая поездка – это отдых, праздник, связанный со сменой обстановки. Даже если его клиенту нужно срочно вылететь в Стокгольм на три дня, чтобы подписать одну, две деловые бумаги и повидаться с тремя скучными личностями, он все равно предвкушает нечто неведомое. А будет это встреча с незнакомкой или возможность забежать в любимый бутик, свидание со старым приятелем или просто шанс выспаться – не важно. Поэтому передо мной стояла задача – расслабить клиента, дать ему возможность ощутить комфорт от обслуживания. Будущий турист, в отличие от других покупателей, должен быть внутренне расслаблен, у него уже хорошее настроение, если, конечно, сотрудник турфирмы его не разочарует.

Некачественное обслуживание туристов в офисе связано с непочтительным отношением к клиенту. Если у менеджера на лице написано: «вас много, а я один», то это может обернуться для туристской фирмы экономической катастрофой. Психологически некомпетентного сотрудника рискованно допускать к обслуживанию клиентов.

Основной задачей менеджера турфирмы является дать возможность клиенту почувствовать комфорт от обслуживания. В туристских компаниях можно встретить различные проявления некачественного обслуживания клиентов:

- непочтительным отношением к клиенту;
- неумение продавать туристский продукт;
- незнание и неумение преподнести нужную информацию;
- отсутствие навыков общения.

На уровень обслуживания при покупке тура оказывают влияние:

- квалификация персонала, их внешний вид и доброжелательность;
- возможность формирования по желанию клиента туруслуги;
- метод продажи;
- соблюдение принятых правил продаж;
- степень применения средств информации и внутрифирменной рекламы.

Обслуживание туриста начинается с:

- приема;
- установления контакта;

- выявления потребностей клиента.

Для установления способа установления контакта с потребителем туристских услуг исходят из следующих факторов:

- степень загруженности работой менеджера турфирмы;
- наличие в офисе других клиентов;
- психологический тип потребителя туристского продукта;
- цель визита клиента;
- внутреннее состояние клиента и некоторые др. факторы.

После того как клиенту оказано должное внимание, необходимо досконально выявить его потребности. Для этого необходимо умение внимательно слушать клиента и при этом действительно слышать его: задавать наводящие и уточняющие вопросы, повторять мысли клиента своими словами, резюмировать. К концу этой фазы менеджер должен точно понять, что человек ожидает от отдыха, каким он его чувствует. Во время выявления потребностей клиента крайне нежелательно отвлекаться, даже на звонки нужно отвечать максимально кратко, чтобы не «выпасть» из беседы.

На разных этапах беседы для управления ее ходом и прояснения смысла сказанного используются разные действия.

Слушание является значительным элементом в выявлении потребностей клиента.

Во время слушания необходимо избегать:

- предвзятого слушания, избирательного слушания;
- отвлеченного слушания.

Самые распространенные ошибки менеджера в процессе беседы с клиентом:

- чрезмерная занятость собственной речью;
- придерживаться принципа «слушать – значит молчать»;
- поглощение самим собой, своими проблемами, заботами и переживаниями;
- ожидание услышать знакомую или негативную информацию;
- различия между умственной деятельностью и скоростью речи;
- склонность оценивать, одобрять или не одобрять заявления клиента.

## Заключение

Всероссийская сеть «Билетур» – крупнейшее туристическое агентство Дальнего Востока и лидер среди российских агентств по продаже авиабилетов и туристических путевок. Компания имеет более 55 собственных филиалов по продаже авиабилетов, ж/д билетов и туристических услуг по всей России: в Москве, Санкт-Петербурге, Биробиджан, Приморье, на Камчатке, Сахалине, Благовещенске, Хабаровске и Комсомольск-на-Амуре.

Сегодня Приморское агентство авиационных компаний предлагает бронирование и продажу авиабилетов на рейсы любых авиакомпаний мира по любым направлениям: в любую страну мира, различные города России и СНГ. Агентство сотрудничает с такими солидными компаниями, как «Аэрофлот-Российские Авиалинии», «Владивосток Авиа», «Домодедово», «Крас Эйр», «KLM», «Сибирь», «British Airways», «Пулково», «Трансаэро», «Аэрофлот Дон», «Reeve Aleutian Airways» и многими другими, всего их более 300.

Анализ деятельности компании показал, что фирма довольно успешно функционирует на рынке туризма, реализует туры как по стране, так и за рубежом.

Основную прибыль предприятие получает от реализации авиа и железнодорожных билетов на которую приходится около 50% от всей суммы, поступившей от реализации услуг.

В результате прохождения учебной организационно-управленческой практики в компании «Билетур»:

- была рассмотрена организационная структура «Билетур»;
- изучена работа персонала и его должностные обязанности;
- рассмотрены договорные отношения с партнёрами и поставщиками;
- изучены ресурсы предприятия и их использование;
- изучены основные этапы формирования туристских услуг;
- изучена рекламная политика компании;
- изучены информационные технологии, применяемые на предприятии;
- рассмотрены вопросы безопасности на предприятии.

Итогом учебной практики стало приобретение навыков, необходимых для работы в туристской индустрии.

Сегодня в условиях постоянного усиления конкуренции компании «Приморское агентство авиационных компаний» надо научиться учитывать не только собственный финансовые интересы, но и интересы покупателя, чтобы удержать его и сохранить свою долю на рынке. А это может быть достигнуто только при соблюдении заранее

разработанной ценовой и маркетинговой политики, используя все современные наработки.

Сегодня в туризме, как и в любой другой деятельности, чрезвычайно полезным и гибким инструментом ценовой и маркетинговой политики является система скидок. Для улучшения своей ценовой и маркетинговой политики для турфирмы «Билетур» следует предложить следующие пути совершенствования:

Использование дополнительных систем скидок, таких как:

- внесезонные скидки;
- предоставление скидок молодоженам и другие.

Так как работа туристского предприятия носит сезонный характер, то при разработке своей ценовой политики следует учесть существенные сезонные колебания спроса по видам туризма. Цель использования скидок за внесезонную закупку состоит в том, чтобы побудить клиента приобрести данную услугу до начала очередного сезона, в самом его начале, либо вообще вне сезона.

Предлагаемые скидки способствуют выполнению ценой стимулирующей функции, помогают маркетинговым исследованиям, а способствуют снижению издержек компании, реализации вследствие возросшего сбыта, облегчает завоевание постоянных клиентов и перспективное планирование деятельности фирмы.

Проходя учебной практику, я составила определенное собственное мнение о характере работы на туристском предприятии. Также, я считаю, что прохождение практики позволило мне повысить уровень профессиональной подготовки в области внутреннего туризма, приобрести новые знания, необходимые для освоения предметов по специальности на последующих курсах.

Сотрудники компании очень дружелюбно ко мне относились и помогли разобраться в некоторых сложных моментах. Учебная практика, которую я прошла в турфирме

«Билетур», помогла мне закрепить и углубить комплексные знания, полученные за период обучения, узнать много нового, интересного и полезного в частности об особенностях.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 АО «Приморское агентство авиационных компаний» [Электронный ресурс].  
Режим доступа: <https://biletur.ru/agency/filials/index.asp> (Дата обращения от 11.05.2023.)
- 2 Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник / Н.Н. Павлова – Москва: Норма, 2018. – 384 с. (Дата обращения 11.05.2023)
- 3 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания учебник для студ. Вузov тур. Профиля Е.Н. Ильина; Рос. междунар. Академия туризма – Москва: Финансы и статистика, 2017. – 160 с. (Дата обращения 11.05.2023)
- 4 Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса: учеб.-методич. Пособие. Ч. 1: Информационные технологии в турфирме. М.: Советский спорт, 2016. – 208с (Дата обращения 12.05.2023)
- 5 Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. // Материалы региональной научно-практической конференции.– Владивосток: ДВГАЭУ, 2020. – 354 с. (Дата обращения 12.05.2023)
- 6 Федеральный закон от 28.05.2022 № 148–ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». (Дата обращения 13.05.2023)

## Приложение А

Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»,  
г.Владивосток



Рисунок А.1 – Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»

## Приложение Б

Сайт «Билетур», г Владивосток

The screenshot shows the homepage of the website «Билетур». The header includes the company logo and a navigation menu with items like «Авиа», «ЖД», «Визы», «Туры», «Отдых», «Транспорт», «Видео», «О компании», «Личный кабинет», and «Вызвать консультанта». The main search area has fields for «Город вылета» and «Город прибытия», a date selector for «Туда» and «Обратно», and a «Найти» button. Below the search area are three red banners: «Лучшие тарифы на авиабилеты», «Регулярные рейсы (сделать заказ онлайн)», and «ЭКСПРЕСС». The central part of the page features a grid of six images with captions: «Чартеры в лето», «Круизы», «Турция», «Дальний Восток», «Получите нам, мы окупим!», and «Порсний край». On the right side, there are three news sections: «Распродажи авиабилетов», «Новости пассажиров», and «Новости туристам».

Рисунок Б.1 – Официальный сайт компании «Билетур»

### Индивидуальное задание по учебной практике

Студент(ка) Коткова Анна Александровна

ФИО

обучающийся(ая) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2023 г. по «21» июня 2023 г.

в организации ООО «Приморская ассоциация автомобильных компаний»,  
г. Владивосток, Тихонова ул., Приморский край

наименование организации, юридический адрес

#### Виды и объем работ в период учебной 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: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	1
2	Определение и анализ потребности заказчика.	7
3	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	6
4	Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.	6
5	Выбор оптимального туристского продукта.	8
6	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов.	8
7	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета.	8
8	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений.	8
9	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	8
10	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз.	8
11	Доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	8
12	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	8
13	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	8
14	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг.	8
15	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	8
16	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста.	8
17	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	8
18	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	8

19	Сопровождение туристов на маршруте.	8
20	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках.	8
21	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	8
22	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания. Оформление отчёта о туристской поездке.	8
23	Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта. Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте.	8
24	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности. Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	8
25	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Предоставление сопутствующих услуг.	8
26	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	8
27	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Оформление страховых полисов.	8
28	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «11» мая 2023 г.

Срок сдачи отчета по практике «21» июня 2023 г.

Подпись руководителя практики

 / Ткаченко Е.В., преподаватель  
Академического колледжа

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Коткова Дарина Владимировна,  
 ФИО

обучающийся(ая) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2023 г. по «21» июня 2023 г. в организации АО «Приморское агентство общественных компаний Приморского края, г. Владивосток, Тихонова 20а  
 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	Определение и анализ потребности заказчика. Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	Отлично
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт. Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.	Хорошо
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Выбор оптимального туристского продукта.	Отлично
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Расчет различных вариантов турпродукта. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	Отлично
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки,	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта.	Отлично

	ваучеры, страховые полисы)	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	<i>отлично</i>
	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	<i>хорошо</i>
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз. Оформление страховых полисов.	<i>отлично</i>
<b>Итоговая оценка по ПМ.01 Предоставление турагентских услуг</b>			
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	<i>отлично</i>
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	<i>отлично</i>
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Контроль наличия туристов. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	<i>хорошо</i>
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Сопровождение туристов на маршруте. Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте.	<i>отлично</i>
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания	Предоставление сопутствующих услуг. Оценка качества туристского и	<i>отлично</i>

	туристов принимающей стороной	гостиничного обслуживания.	<i>отлично</i>
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Оформление отчёта о туристской поездке	<i>отлично</i>
<b>Итоговая оценка по ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов</b>			<i>отлично</i>
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	<i>отлично</i>
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета. Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	<i>отлично</i>
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	<i>отлично</i>
<b>Итоговая оценка по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг</b>			<i>отлично</i>

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

*Освоены на продвинутом уровне.*

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

Дата 21 июня 2023 г.

Оценка за практику *отлично*

Руководитель практики от предприятия

*подпись*



*Иванова О.Н.*  
Ф.И.О.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

**ДНЕВНИК**

Студента: Котковой Дианы Вячеславовны

курса 1 группы С-ТУ-22 -1

База практики: учебная

Начало практики «11» мая 2023г. окончание «21» июня 2023 г.

Владивосток 2023

# ДНЕВНИК

## прохождения учебной практики

Студент Котиков Владимир Владимирович

*Фамилия Имя Отчество*

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм, специалист по туризму

Группа С-ТУ-22-1

Место прохождения практики АО «Приморская компания авиационных компаний»

Сроки прохождения с «11.05.2023» по «21.06.2023»

Инструктаж на рабочем месте «11» мая 2023 г

*дата*

*подпись*

*Ф.И.О. инструктирующего*

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
11.05.2023	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
12.05.2023	Определение и анализ потребности заказчика.	5	
13.05.2023	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	5	
15.05.2023	Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники.	5	
16.05.2023	Выбор оптимального туристского продукта.	5	
17.05.2023	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов.	5	
18.05.2023	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета.	5	
19.05.2023	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений.	5	
20.05.2023	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	5	
22.05.2023	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз.	5	

23.05.2023	Доставка туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	4	
24.05.2023	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	5	
25.05.2023	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	5	
26.05.2023	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг.	5	
27.05.2023	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	5	
29.05.2023	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста.	5	
30.05.2023	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	5	
31.05.2023	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	5	
01.06.2023	Сопровождение туристов на маршруте.	5	
02.06.2023	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках.	5	
03.06.2023 05.06.2023	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания.	5	
06.06.2023 07.06.2023	Оформление отчёта о туристской поездке. Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта.	5	
08.06.2023 09.06.2023	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	5	
10.06.2023	Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	5	

13.06.2023 14.06.2023	Предоставление сопутствующих услуг.	4	
15.06.2023 16.06.2023	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	5	
17.06.2023 19.06.2023	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранным гражданам. Оформление страховых полисов.	5	
20.06.2023 21.06.2023	Составление отчета	5	
21.06.2023	Дифференцированный зачет	5	



  
подпись

Крамлюк О.И.  
Ф.И.О.

Комова Юлия Викторовна Характеристика деятельности студента

группы С-ТУ-22-1 при прохождении учебной 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	Высокий
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. Оценка эффективности и качества выполнения	Высокий
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Осуществление решений в стандартных и нестандартных ситуациях в туристской области	Высокий
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	Высокий
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Высокий
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	Высокий
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	Высокий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	Высокий
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	Высокий

ПК 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	<i>Александр</i>
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов	<i>Александр</i>
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта	<i>Александр</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>Александр</i>
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	<i>Александр</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>Александр</i>
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	<i>Александр</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>Александр</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>Александр</i>
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	<i>Александр</i>
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	<i>Александр</i>
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания	<i>Александр</i>
ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>Александр</i>

ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований Проведение анализа деятельности туркомпаний других	<i>Александр</i>
ПК 3.2	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	<i>Александр</i>
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	<i>Александр</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>Александр</i>

Руководитель практики (от организации)

*[Handwritten signature]*  
подпись



(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)

## Характеристика

За время прохождения учебной практики в туристической фирме «Приморское агентство авиационных компаний» студентка Коткова Диана Вячеславовна проявила себя дисциплинированной стремящейся к получению знаний, необходимых в данной области управления.

Основной задачей её практической работы стало ознакомление с основными аспектами работы предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний». Под руководством опытных специалистов турфирмы, изучала основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы; структуру и штат предприятия. его профиль, специализацию и перспективы развития; кадровую политику и стратегию предприятия.

За период практики приобрела следующие компетенции:

- изучение директивных и инструктивных материалов, используемых предприятием, организацией в сфере услуг;
- 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; -составление программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- закрепление и углубление полученных студентом в колледже теоретических знаний по основным дисциплинам.

Во время прохождения практики, проявила себя дисциплинированной студенткой, смогла охватить большой объем необходимой информации. Ко всем заданиям своей учебной практики относилась ответственно, поручения с документами выполняла аккуратно.

Практическая работа заслуживает высокой оценки.

Руководитель практики от организации  
Ибрагимова.

  
\_\_\_\_\_ О.Н

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

### НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Коткова Диана Вячеславовна  
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-22-1  
согласно приказу ректора № \_\_\_\_\_ -с от \_\_\_\_\_ года  
направляется в АО "Приморское агентство авиационных компаний", г. Владивосток  
для прохождения учебной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 6 недель  
с 11.05.2023 года по 21.06.2023 года

Руководитель практики Ткаченко Е.В.



**Отметки о выполнении и сроках практики**

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
АО «Приморское агентство	11.08	
авиационных компаний»	21.	

