

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

ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
по профессиональному модулю
ПМ. 03 Освоение профессии рабочего, должности служащего
(Ассистент экскурсовода (гида))

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

период с «11» декабря 2024 г. по «24» декабря 2024 г.

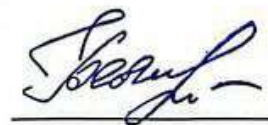
Студент группы
С-ТГ-23-Т1



М.А. Михайлова

Наименование предприятия: ООО «Диалог народов – 1»

Руководитель практики
от предприятия



Я.Г. Кавецкая

Отчет защищен:
с оценкой Отлично

Руководитель
практики от ОО



Л.О. Ермолович

Владивосток 2024

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Диалог Народов»	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Диалог Народов».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия.....	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	10
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	13
1.5 Перспективы развития предприятия.....	15
2 Организационно–технологические аспекты деятельности ООО «Диалог Народов»	17
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	17
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	21
2.3 Информационные технологии предприятия.....	25
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	27
4 Система обеспечения безопасности.....	28
5 Формирование профессиональных компетенций за время прохождения практики.....	31
6 Индивидуальное задание.....	52
Заключение.....	55
Список использованных источников.....	56
Приложение А. Схема проезда к ООО «Диалог Народов».....	57
Приложение Б. Лого компании.....	58
Приложение В. Заявка на бронирование.....	59

Введение

Туризм в современном обществе играет большую роль. Значение туризма в жизни людей, регионов, государств и в международной жизни сегодня невозможно переоценить. Оно признано во многих странах и подтверждено документами международных туристских форумов. Можно выделить три основных направления влияния туризма на жизнь общества: экономическое, социальное и гуманитарное. Туризм оказывает значительное влияние на решение экономических проблем общества. Известно, что доход от иностранного туризма в развитых странах в два раза превышает доход от международной торговли цветными и черными металлами. Доходы от туризма способны поднять экономику региона, в котором он развивается.

Экономическое воздействие туризма несколько диспропорционально по своим видам и направлениям. Например, известно, что большие экономические выгоды государству приносит рецептивный (принимающий) вид туризма, экономическое значение туризма для отправляющей страны несколько ниже. Однако развитие отправляющего туризма дает возможность оценить все его выгоды и приводит к пониманию выгоды развития местного и рецептивного видов туризма. Туризм способен оказать экономическое влияние на регион, в котором он развивается, на окружающую инфраструктуру, а также на потребительский рынок и другие сферы предпринимательской деятельности.

Туризм вызывает к жизни новую форму потребительского спроса – спрос приезжающих туристов на разнообразные товары и услуги, предложить которые, в соответствии с запросами потребителей, в достаточном количестве призвана местная промышленность. Спрос на целый комплекс товаров и услуг, сформированный туристским движением, требует производства этих товаров.

Поэтому туризм оказывает определенное влияние на развитие отраслей, выпускающих предметы потребления.

Благодаря туризму, туристским потокам увеличиваются доходы многих местных предприятий. Туризм способствует притоку больших сумм иностранной валюты. Принимающий туризм называют «невидимым экспортом», так как потребитель не сидит на месте, ожидая экспортной продукции, а сам едет за этим продуктом в страну его производства.

Основной функцией туризма с социальной точки зрения можно признать воспроизводящую функцию, направленную на восстановление сил человека или общества, затраченных им при выполнении определенных производственных и бытовых задачи. При этом отдых не ограничивается инертной формой и восстановлением физических и психических сил, а включает развлечения, обеспечивающие изменение характера деятельности и окружающих условий, активное познание новых явлений природы, культуры и пр.

Исходя, из вышеперечисленного можно, отметить, что изучение сферы туризма является важной частью социально – экономической составляющей нашей страны. Для будущих специалистов данной отрасли важно обладать всеми профессиональными навыками, а помогает в освоение практических навыков и закреплению теоретической составляющей программы обучения – прохождения практики на базе действующих туристических агентств во время обучения.

Место прохождения практики – Компания ООО «Диалог народов», которая была основана 7 октября 2005 года. Это стабильно развивающаяся компания, которая предоставляет свои услуги офлайн и онлайн в четырёх городах Российской Федерации: Владивосток, Москва, Уссурийск и Находка. Моя база практике – одно из подразделений ООО «Диалог народов», что находится в городе Владивосток, по адресу – ул. Светланская 9в.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.03. Освоение профессии рабочего, должности служащего (Ассистент экскурсовода (гида)) является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы туристского предприятия;
- изучение функциональных процессов, связанных с предоставлением экскурсионных услуг;
- освоение процессов проведения маркетинговых исследований
- приобретение опыта работы по разработке туристского продукта;
- развитие навыков общения с туристами (экскурсантами);
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе в должности служащего (ассистент экскурсовода (гида));
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной практики.

Объект анализа – туристская фирма ООО «Диалог народов».

Отчет по прохождению производственной практики состоит из введения, пяти глав, заключения, списка использованных источников, и приложений.

1 Общие сведения о деятельности предприятия

1.1 История создания и развития предприятия

Наименование: Общество с ограниченной ответственностью «Диалог народов». Деятельность с 2005 года по настоящее.

Позиционирование. Многопрофильная туристическая компания «Диалог народов» предоставляет сервис для людей, выбирающих в качестве отдыха путешествия.

Компания производит продажу самых разнообразных по направленности и цене туров. Данного вида услуги в значительной степени популярны у туристов в любой стране, потому что далеко не каждый желающий уехать отдыхать станет тратить личное время на подбор маршрута, бронирование места проживания и прочие детали. А воспользовавшись услугами многопрофильной туристической компании «Диалог народов», можно существенно облегчить себе задачу, и неспешно готовиться к поездке. Кроме того, фирма работает как турагентство.

В данной фирме производится реализация билетов на авиарейсы. Здесь есть все существующие разновидности рейсов, и все, что остается – только найти подходящий по ценовой категории и личным предпочтениям вариант.

На сегодня предприятий по продаже билетов чрезмерно большое количество, и элементарно запутаться в их предложениях. Очень часто приобретение представляет затруднение даже для имеющих большой опыт путешественников. Многопрофильная туристическая компания «Диалог народов» помогает осуществить выбор быстро и не беспокоясь о формальностях. Также компания осуществляет продажу билетов на поезд. Имеется сервис по подбору наиболее удобных маршрутов.

Общество с ограниченной ответственностью «Диалог народов» была основана летом 2005 года путем полной смены собственников, персонала и названия туристического агентства «Интур». Компания начала продавать туры по массовым направлениям за рубеж, экскурсионные туры по России и путевки на базы отдыха и санатории Приморского края.

С февраля 2005 года и по настоящее время компанией руководит Белянина Евгения Михайловна. С января 1991 года компания начала принимать первые заявки по оформлению виз без тура от жителей Владивостока. Также летом 2005 года начали поступать первые заявки на помощь в оформлении приглашений для иностранных граждан в Россию.

Работа по визам и приглашениям велась параллельно стандартной турагентской деятельностью и наращиванию базы постоянных клиентов. Также одной из специализаций компании стала организация индивидуальных туров за рубеж и по России. В связи с интересом клиентов из других городов к услугам по оформлению виз без тура, с конца 2008 года наша компания начала привлекать партнеров-турагентств из других городов.

На данный момент сотрудничают туристические компании из следующих городов: Уфа, Кемерово, Новокузнецк, Курган, Омск, Пермь, Екатеринбург, Каменск–Уральский, Тюмень, Нижневартовск, Сургут, Магнитогорск, Южноуральск и другие. Для клиентов из небольших городов, где ещё нет партнеров компания успешно предоставляет данные услуги дистанционно. В августе 2010 года компания была включена в федеральный реестр туроператоров и получила право самостоятельно организовывать туры по России.

В сентябре 2012 года запущен сервис fregataero.ru для желающих оформить онлайн или заказать услугу по оформлению анкеты на визу.

В 2015 году взяли курс на расширение. В мае новый офис по программе франшизы открылся в Уссурийске. Летом 2017 года собственный офис открылся в Москве.

Для обеспечения стабильности работы, также есть представительства и офисы за пределами Российской Федерации.

Компания представляет широкий выбор популярных туров по странам Европы, Юго–Восточной Азии, Северной и Южной Америке, Австралии и России.

1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия

Компания «Диалог народов» является обществом с ограниченной ответственностью.

Реквизиты компании прилагаются в таблице 1.

Сведения о государственной регистрации прилагаются в таблице 2.

Таблица 1 – Реквизиты компании «Диалог народов»

1.	Полное наименование	ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «ДИАЛОГ НАРОДОВ»
2.	Адрес	Г. Владивосток, ул Светланская 9в
3.	Уставной капитал	15 000 руб.
4.	ОКФС	Частная собственность
5.	ОКОПФ	Общество с ограниченными возможностями
6.	ОКОГУ	Организации, учрежденные юридическими лицами или гражданами, или юридическими лицами и гражданами совместно
7.	ИНН	2536072258
8.	ОГРН	1022501295486
9.	КПП	254001001
10.	ОКАТО	05405000000
11.	ОКПО	47490460

В таблице 1 представлены реквизиты, юридические данные компании и информация о местоположении ООО «Диалог народов».

Таблица 2 – Сведения о государственной регистрации

Дата регистрации	29.06.2005
Регистрирующий орган	ИФНС России по Ленинскому району г. Владивостока
Адрес регистрирующего органа	690091, Владивосток г, Океанский пр-кт, 40
Регистрирующий орган, в котором находится регистрационное дело	Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 15 по Приморскому краю
Руководитель	Белянина Евгения Михайловна, директор
Учредители	Белянина Евгения Михайловна

Виды деятельности:

- Основной вид деятельности по ОКВЭД:
 - 1) Деятельность туристических агентств.
- Дополнительные виды деятельности
 - 1) Деятельность почтовой связи общего пользования;
 - 2) Деятельность почтовой связи прочая и курьерская деятельность;
 - 3) Деятельность страховых агентов и брокеров;
 - 4) Деятельность вспомогательная прочая в сфере страхования и пенсионного обеспечения.

Компания ООО ДИАЛОГ НАРОДОВ принимала участие в 2 тендерах. В отношении компании нет исполнительных производств. ООО ДИАЛОГ НАРОДОВ участвовало в 2 арбитражных делах: в 2 в качестве истца.

Обществом с ограниченной ответственностью признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей.

Сущностные черты, которые определяют содержание правил, регулирующих правовое положение общества с ограниченной ответственностью:

- 1) Общество с ограниченной ответственностью является объединением лиц, в котором имеются элементы капиталистической организации;
- 2) Общество с ограниченной ответственностью является закрытой корпорацией;
- 3) Участники общества с ограниченной ответственностью не несут ответственности по обязательствам созданного ими юридического лица.

В связи с простотой создания, незначительными транзакционными издержками, сопутствующими осуществлению предпринимательской деятельности с использованием формы общества с ограниченной ответственностью, а также применением принципа сепарации такая форма является наиболее популярной в гражданском обороте.

Правовое положение обществ с ограниченной ответственностью определяется правилами ГК и Законом об обществах с ограниченной ответственностью.

Особенностью норм, определяющих правовое положение обществ с ограниченной ответственностью, является значительное количество норм дозвоительного характера – норм с явно выраженным атрибутом диспозитивности.

Единственным учредительным документом общества с ограниченной ответственностью является устав. Минимальный объем сведений устава определен абз. 2 п. 3 ст. 89 ГК. При создании общества с ограниченной ответственностью участники образуют уставный капитал, минимальный размер которого составляет 10 тыс. руб. В обществе с ограниченной ответственностью обязательными являются два органа: высший орган – общее собрание участников и исполнительный орган. Голосование на общем собрании осуществляется долями в уставном капитале (принцип пропорциональности), если уставом с соблюдением установленного законом порядка отдельным участникам не предоставлены дополнительные права. В отношении общего собрания участников общества с ограниченной ответственностью не применяется понятие «кворум», во всех случаях в соответствии с законом большинство считается от общего количества участников, а не от количества явившихся на собрание.

По усмотрению участников общества с ограниченной ответственностью в обществе может быть образован совет директоров. Закон об обществах с ограниченной ответственностью содержит достаточно скудное, но диспозитивное регулирование вопросов, относимых к порядку деятельности и компетенции совета директоров (п. 2 ст. 32), что позволяет предположить, что у участников существует достаточно широкая свобода усмотрения в определении порядка деятельности и компетенции совета директоров.

Компетенция исполнительного органа общества с ограниченной ответственностью в соответствии с уставом может быть существенно ограничена за счет перераспределения в пользу совета директоров или же общего собрания участников (помимо ограничений, установленных Законом об обществах с ограниченной ответственностью на совершение крупных сделок и сделок с заинтересованностью). В частности, в соответствии с уставом может быть установлена необходимость получения согласия на совершение любого рода сделок. Одновременно Закон допускает и установление неограниченных полномочий исполнительного органа,

участники могут в соответствии с уставом разрешить исполнительному органу совершать любые сделки без согласия любых органов управления, за исключением сделок с заинтересованностью.

Участники общества обязаны: оплачивать доли в уставном капитале общества в порядке, в размерах и в сроки, которые предусмотрены Федеральным законом и договором об учреждении общества; а также не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества. Кроме этого, такая организация имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Общество с ограниченной ответственностью считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации в порядке, установленном федеральным законом о государственной регистрации юридических лиц. При этом ООО создается без ограничения срока, если иное не установлено его уставом.

Для государственной регистрации ООО были подготовлены следующие документы: устав; учредительный договор; был составлен протокол общего собрания участников общества; квитанция об оплате в Сберегательном банке государственной пошлины в связи с регистрацией предприятия; заявление установленной формы о государственной регистрации юридического лица при создании, подписанное любым из учредителей в присутствии нотариуса.

Уставной капитал общества составляется из вкладов его участников и определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников. Общество может быть добровольно ликвидировано или реорганизовано в акционерное общество или в производственный кооператив по единогласному решению его участников. В Уставе ООО «Диалог народов» содержатся данные о его юридическом статусе, структуре, виде деятельности, участниках Общества, их правах и обязанностях. В этом документе расшифровывается информация о том, какой должен быть уставный капитал Общества, какие оно может принимать вклады, в каких случаях может производиться увеличение уставного капитала Общества: за счет вкладов участников Общества, за счет его имущества, а также за счет дополнительных вкладов его участников и вкладов третьих лиц, принимаемых в Общество.

Также говорится, в каких случаях происходит переход доли участника в уставном капитале общества к другим участникам Общества и третьим лицам, каким имуществом может обладать Общество (вклады участников, доходы, получаемые от хозяйственной деятельности Общества), кто являются органами управления Общества, когда проводится очередное общее собрание участников Общества, а когда внеочередное, о документации, сделках. ООО «Диалог народов» относится к туроператорам.

Туристическая компания Диалог народов (ООО «Диалог народов») является членом следующих организаций:

- 1) Ассоциация «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ»;
- 2) Единый Федеральный Реестр ТУРОПЕРАТОРОВ России;
- 3) Участник Общероссийского Генерального реестра туристических агентств (Номер сертификата ВА100035);
- 4) Участник Общероссийского Единого реестра турагентов Ассоциации «Турпомощь» (реестровый номер 1224);
- 5) Компания включена в Список тур. организаций Приморского края, имеющих право на осуществление деятельности в рамках Соглашения от 29.02.2000 с КНР о безвизовых групповых туристических поездках.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – совокупность подразделений организации и их взаимосвязей, в рамках которой между подразделениями распределяются управленческие задачи, определяются полномочия и ответственность руководителей и должностных лиц. Организационная структура выстраивается, с одной стороны, в соответствии с теми задачами, которые ставит перед организацией её стратегия.

С другой стороны, структура на разных уровнях обеспечивает использование эффекта масштаба для экономии ресурсов организации. Таким образом, структура связывает внешнюю – стратегическую, эффективность с внутренней эффективностью – экономичностью.

Распределение задач между подразделениями и должностными лицами, распределение полномочий и ответственности должны оставаться стабильными на протяжении некоторого времени, чтобы обеспечивать воспроизводство и поддержание стратегии. Поэтому структура задаёт статические системные свойства управления организацией. В тех случаях, когда меняется стратегия, или когда структура признаётся неэффективной с точки зрения задач стратегии или экономичности, происходит реорганизация. Реорганизация может иметь как глобальный характер и менять принцип построения структуры, так и решать локальные проблемы отдельных подразделений и их взаимоотношений. Любая реорганизация должна способствовать повышению упорядоченности и эффективности структуры. Что, к сожалению, бывает не всегда.

Одновременно структура постоянно подвергается своего рода деградации и коррозии, неоправданно упрощающей и размывающей распределение задач, полномочий и ответственности. Тем самым параллельно с процессом организации и повышения эффективности в структуре происходит процесс дезорганизации и разрушения.

Поэтому любая формальная организационная структура всегда отличается от фактической структуры. И любая реорганизация требует анализа как формальной структуры, так и фактической, и их сопоставления

Компания «Диалог народов» следует линейной системе организационной структуры. Такая система считается самой распространенной. В ней решения спускаются от высших позиций к низшим по четко обозначенной цепи. Связи между руководящими и подчиняющимися субъектами складываются горизонтально.



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия ООО «Диалог народов»

Директор. Функциональные обязанности – оформление разрешительных документов, согласований со службами. Подпись важных документов, заключение договоров с туристическими фирмами других стран, подбор кадрового состава на появляющиеся должности, контроль деятельности всего турцентра.

Директор по туризму. Функциональные обязанности – планирование и руководство операционной деятельностью отелей, находящихся под управлением. Общий контроль финансовой деятельности; утверждение годовых бизнес-планов и бюджетов; достижение запланированного финансового результата совместно с коммерческим департаментом УК.

Разработка, актуализация стандартов операционной деятельности существующих отелей. Разработка и реализации мер, направленных на повышение уровня сервиса. Систематический аудит бизнес-процессов в целях контроля и повышения качества оказываемых услуг.

Менеджеры по туризму. В компании существует два основных направления: выездного туризма и въездного туризма.

Менеджеры отдела выездного туризма, работают каждый по-своему направлению, а именно:

Менеджеры отдела выездного туризма:

- 1) Направление Европа, Юго-Восточная Азия, Круизы, Ближний Восток, Австралия, Новая Зеландия, Америка, пляжный отдых, Экзотические туры, Виза в Сингапур, Япония;
- 2) Направление Япония, Южная и Северная Корея Визы: Китай, Корея, Япония;
- 3) Направление Китай;
- 4) Направление Китай, Россия (2 менеджера);
- 5) Оформление авиа/ЖД билеты;
- 6) Оформление виз;
- 7) Туры по Приморскому краю.

Менеджеры отдел въездного туризма:

- Менеджер направления.

Функциональные обязанности – менеджеры организуют экскурсионные, образовательные, познавательные и др. туры для российских туристов. Они также договариваются с туристическими фирмами, отелями, ресторанами для приёма российских граждан, оформляет визы в разные страны Европы, Азии, США.

Главный бухгалтер. Функциональные обязанности – регистрация фактов хозяйственной жизни компании; правильность расчета платежей в бюджет и ФСС России; составления отчетности всех видов; соблюдения сроков представления отчетности; своевременное перечисление всех необходимых платежей.

Функциональные обязанности – работа с банками, включая оформление и учет платежных документов; составление и подача налоговой и бухгалтерской отчетности; учет фондов предприятия – основных, оборотных и т. д.; предоставление руководству аналитических материалов о деятельности компании, обработка первичной документации.

Бухгалтер–кассир. Функциональные обязанности – принимает наличную и безналичную оплату за туры, делает возвраты по путевкам, ежедневно сдает деньги в банк, выдает зарплату сотрудникам.

Руководитель отдела маркетинга / Маркетолог. Функциональные обязанности – изучение рынка и рыночных тенденций, изучение поведения потребителей, разработка конкурентного преимущества, утверждение стратегии развития товара, управление отношениями с клиентами.

Внутри компании «Диалог народов» активно использует компьютерные технологии – ею используется информационная компьютерная система «Туристский офис», которая значительно ускоряет все расчеты и формирование документов. Так же используется программа «Битрикс 24» для обеспечения менеджмента внутри коллектива и ведения клиентской базы. Компьютеры всех сотрудников связаны в локальную сеть, имеют подключение к Интернету. Используется программа «С1», которая обеспечивает ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок.

Программа позволяет обеспечить вывод информации в форме различных документов: списков туристов, описаний туров, гостиниц, может рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, так же автоматически производится оплата туров, позволяет получить финансовую отчетность, имеет другие возможности.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Диалог народов» профильная туристическая компания, которая предоставляет сервис для людей, выбирающих в качестве отдыха путешествия. Компания производит продажу самых разнообразных по направленности и цене туров. Кроме того, фирма работает как турагентство. В данной фирме производится реализация билетов на авиарейсы. Здесь есть все существующие разновидности рейсов. Также компания осуществляет продажу билетов на поезд. Имеется сервис по подбору наиболее удобных маршрутов.

Основные задачи:

Задачи турагентства:

- 1) Полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др. продвижение этой информации рекламным образом;
- 2) Организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, также с использованием специфики и особенностей туристского рынка.

Основной вид деятельности по ОКВЭД:

- 1) Деятельность туристических агентств

Дополнительные виды деятельности

- 1) Деятельность почтовой связи общего пользования
- 2) Деятельность почтовой связи прочая и курьерская деятельность
- 3) Деятельность страховых агентов и брокеров
- 4) Деятельность вспомогательная прочая в сфере страхования и пенсионного обеспечения

Предлагаемые услуги компании:

Туристские услуги:

- 1) Отдых в России: экскурсионные, пляжные, горнолыжные, экологические, исторические и природные туры.
- 2) Отдых в Азии.
- 3) Пляжный отдых на лучших мировых курортах.
- 4) Отдых в странах Европы и Америки.
- 5) Организация морских круизов.
- 6) Детский отдых.
- 7) Организация групповых и индивидуальных туров.
- 8) Кредитование на туры.
- 9) Организация чартерных рейсов.
- 10) Визовая поддержка.
- 11) Бронирование гостиниц.
- 12) Трансфер в/из аэропорт(ов) по России и за рубежом.

Продажа АВИА и Ж/Д билетов:

- 1) Работа с ведущими авиакомпаниями, предоставление всех скидок и льгот авиакомпаний. Помощь в подборе маршрута и тарифа при покупке авиабилета.
- 2) Бронирование авиабилетов в любую страну мира, на рейсы любых авиакомпаний. Корпоративное обслуживание организаций.
- 3) Продажа железнодорожных билетов.
- 4) Страхование пассажиров.
- 5) Онлайн бронирование.

Дополнительные услуги:

- 1) Продажа и оформление JR PASS единый проездной по Японии. JR Pass – это особый ваучер для туристов, который позволяет ездить в поездах, автобусах и паромов Японии бесплатно.
- 2) Подарочный сертификат на все услуги компании;
- 3) Языковые переводы с/на английский, китайский и японский языки. Заверение переводов нотариально;
- 4) Консультации на иностранном языке;
- 5) Japan Travel SIM – оформление и продажа сим карты для мобильного интернета и звонков по Японии.

1.5 Перспективы развития предприятия

Для определения стратегических позиций предприятия, необходимо определить место предприятия на рынке. Одним из методов оценки позиции турфирмы «Диалог Народов» может быть факторный анализ, в котором очень важным является учет веса фактора.

Факторный анализ – раздел статистического многомерного анализа, объединяющий методы оценки размерности множества наблюдаемых переменных посредством исследования структуры ковариационных или корреляционных матриц.

Факторный анализ (ФА) представляет собой совокупность методов, которые на основе реально существующих связей анализируемых признаков, связей самих наблюдаемых объектов, позволяют выявлять скрытые (неявные, латентные) обобщающие характеристики организационной структуры и механизма развития изучаемых явлений, процессов.

Основное предположение факторного анализа заключается в том, что корреляционные связи между большим количеством наблюдаемых переменных можно объяснить существованием меньшего числа гипотетических переменных или факторов, называемых общими скрытыми факторами.

Сравнительный анализ конкурентов с учетом веса фактора компании «Диалог народов» прилагается в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнительный анализ конкурентов с учетом веса фактора компании «Диалог народов»

Сравнительный анализ конкурентов с учетом веса фактора компании «Диалог народов»		Оценка без учета веса	Оценка с учетом веса	Оценка без учета веса	Оценка с учетом веса	Оценка без учета веса	Оценка с учетом веса	Оценка без учета веса	Оценка с учетом веса
Реклама	20	10	2	6	1.2	4	0.8	5	1
Персонал	15	10	1.5	7	1.05	5	0.75	6	0.9
Исследования	5	8	0.4	0	0	0	0	5	0.5
Повышение квалификации	5	9	0.45	5	0.25	1	0.05	10	0.5

Продолжение таблицы 3

Наименование фактора	вес фактора, %	Крупные турфирмы		Средние турфирмы		Малые турфирмы		«Диалог народов»	
		Оценк а без учета веса	Оценк а с учетом веса	Оценк а без учета веса	Оценк а с учетом веса	Оценк а без учета веса	Оценк а с учетом веса	Оценк а без учета веса	Оценк а с учетом веса
Номенклатура услуг	20	10	2	7	1.4	5	1	5	1
Объем продаж	35	10	3.5	7	2.45	5	1.75	5	1.75
Итого	100	57	9.85	32	6.35	20	4.35	36	6.15

В соответствии с полученными данными турфирмы «Диалог народов» находится в позиции ближе к средним турпредприятиями г. Владивостока.

Существует несколько простых и более сложных подходов, позволяющих оценить стратегические альтернативы развития фирмы. Удобным инструментом для сопоставления различных факторов является разработанная Бостонской консультационной группой специальная матрица. В ней для определения перспектив развития организации предлагается использовать показатель – рост объема спроса.

2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия

2.1 Анализ деятельности предприятия

Основная специализация «Диалог народов» – выездной и въездной туризм граждан по различным направлениям. ООО «Диалог народов» предлагает туры по России и за рубежом. Направления деятельности фирмы на рынке услуг:

Пляжный туризм – Египет, Турция, Тайланд, Индонезия, Куба и др. Туры на данное направление пользуются популярностью среди клиентов турфирмы. Летом популярны Египет, Турция, Испания, Греция, зимой – Бали, Тайланд, Египет, Куба.

Экскурсионный – Европа, Азия. Туры в Европу пользуются популярностью, так как привлекают как молодежь, так и людей более старшего возраста. По Европе можно путешествовать круглый год. Здесь есть абсолютно все и для всех. Для любителей экстремального отдыха в сезон открыты горнолыжные курорты (Австрия). Для людей с нарушенным здоровьем идеальный вариант – оздоровительный курорт с огромным выбором лечебных и SPA-процедур (например, Венгрия, Чехия, Эстония).

Спортивный туризм – горные лыжи – курорты Австрии, Турции.

Услуги турфирмы также включают в себя:

- 1) Организация морских круизов.
- 2) Организация групповых и индивидуальных туров.
- 3) Кредитование на туры.
- 4) Организация чартерных рейсов.
- 5) Визовая поддержка.
- 6) Бронирование гостиниц.
- 7) Трансфер в/из аэропорт(–ов) по России и за рубежом.

Продажа АВИА и Ж/Д билетов:

- 1) Работа с ведущими авиакомпаниями, предоставление всех скидок и льгот авиакомпаний. Помощь в подборе маршрута и тарифа при покупке авиабилета.
- 2) Бронирование авиабилетов в любую страну мира, на рейсы любых авиакомпаний. Корпоративное обслуживание организаций.
- 3) Продажа железнодорожных билетов.
- 4) Страхование пассажиров.
- 5) Онлайн бронирование.

Дополнительные услуги:

1) Продажа и оформление JR PASS единый проездной по Японии. JR Pass – это особый ваучер для туристов, который позволяет ездить в поездах, автобусах и паромов Японии бесплатно.

2) Подарочный сертификат на все услуги компании;

3) Языковые переводы с/на английский, китайский и японский языки. Заверение переводов нотариально;

4) Консультации на иностранном языке;

5) Japan Travel SIM – оформление и продажа сим карты для мобильного интернета и звонков по Японии.

Турфирма несет ответственность за:

- материальный и моральный ущерб, причиненный клиенту вследствие недостатков предоставленного туристского обслуживания в порядке и объеме, предусмотренном законодательством РФ, за исключением случаев, когда нарушение прав клиента возникло в следствие обстоятельств непреодолимой силы и по вине клиента;

- за правильное оформление, выписку и предоставление документов, подтверждающих бронирование и оплату туристских услуг.

Менеджеры турфирмы «Диалог народов» предоставляют клиентам полную информацию относительно соблюдения в путешествии правил предосторожности, а также об обычаях местного населения, обрядах о порядке обмена денег, а также о средних ценах на покупки и т.п.

Турфирма «Диалог народов» предлагает следующие виды страхования:

- медицинское;
- жизни и здоровья;
- имущества;
- на случай задержки транспорта;
- на случай непредоставления совсем или недостаточного предоставления услуг туризма.

Потребители услуг турагентства «Диалог народов», как правило, жители Владивостока и области. В турфирме, с целью изучения основного сегмента потребителей, был проведен опрос менеджеров относительно клиентов, посещавших офис, также использовался метод наблюдения.

Клиенты были проанализированы по таким параметрам, как:

- возраст;
- пол;
- семейное положение;
- предпочтения в отдыхе.

Таким образом, были получены следующие данные. Клиентами турфирмы являются и мужчины, и женщины, практически в равной степени. По возрастной категории клиенты турфирмы подразделились на следующие группы: от 25 до 35 лет и от 36 до 45 лет.

Чаще всего клиенты турфирмы «Диалог народов» покупают путевки на двоих, также частыми клиентами являются туристы, путешествующие поодиночке. По предпочтениям в отдыхе клиентов турфирмы можно подразделить на тех, кто предпочитает отдых за рубежом – большинство клиентов ООО «Диалог народов» территории России. Большинство клиентов турфирмы – это друзья и знакомые как руководства турфирмы, так и остальных сотрудников.

В целом можно сделать вывод, что среди потребителей услуг туристической фирмы ООО «Диалог народов» основной удельный вес занимают лица в возрасте от 30–45 лет, предпочитают ездить за рубеж, среди клиентов достаточно много постоянных.

Конкурентами турфирмы «Диалог народов» можно считать практически все турфирмы Владивостока, которые занимаются турагентской деятельностью.

Оценка состояния конкурентной борьбы осложняется тем, что чрезвычайно трудно проводить анализ деятельности всех конкурентов, работающих на рынке.

Турфирмы предлагающие аналогичные услуги, что и «Диалог народов»: «Тур Бар Жара», «Аррива», «Ритм-10», «ООО Аякс-Тур», «Трэвел Либерти», «Владивостокское бюро путешествий и экскурсий», «Корал Тревел», «Пегас Туристик (ООО Хотей)».

Многие конкурентные фирмы проводят активную рекламную политику дают рекламу о своей деятельности в газетах (чаще всего газеты бесплатных объявлений), телевидение, радио: «В-Тур», «Корал Тревел», «Арго Гарантия», «Стар Трэвел» и др.

Также можно выделить конкурентов, имеющих большой опыт работы на рынке тур услуг Владивостока – «Владивостокское бюро путешествий и экскурсий» (11 лет), «ООО Аякс-Тур» (более 6 лет), «Интурист» (более 15 лет). У турфирмы «Диалог народов» опыт работы – более 10 лет.

Следует отметить, следующие преимущества турфирмы «Диалог народов» среди конкурентов: большой опыт работы, удачное месторасположение, наличие постоянных клиентов.

Главными предприятиями – поставщиками и посредниками турфирмы «Диалог народов» можно считать: туроператоров, страховые компании, компании, предлагающие Интернет – услуги, авиакомпании. Многие туроператоры организуют рекламные туры и приглашают турфирмы к принятию участия в них, данную информацию туроператоры размещают как на собственных сайтах, так и с помощью электронной рассылки.

Исследуемая турфирма старается работать с данными туроператорами на основании высокой (по сравнению с другими туроператорами) комиссией – 11 – 12%, а также на основании того, что данные туроператоры в процессе своей деятельности зарекомендовали себя как надежные партнеры.

На основании контракта турагентство «Диалог народов» работает со следующими туроператорами:

1. «Индор – Турс» занимается организацией туров по следующим направлениям: Коста Брава; Коста Даурада; Коста Дорада; Андорра; Вся Испания; Тенерифе; Коста-Бланка; Коста дель соль; Гран Канария; Монако; Португалия; круизы Египет, Израиль, Кипр.

2. Pegas Touristik – является одним из признанных лидеров российского рынка путешествий и туризма, предлагает отдых в: Турции, Египте, Тунисе и Индии.

3. «CORAL TRAVEL». CORAL TRAVEL организует собственные чартерные программы и тесно сотрудничает с надежными российскими авиакомпаниями VASO, КрасЭйр, Атлант-Союз, Utair, «Кавминводы» и другими, за счет чего обеспечиваются надежные бесперебойные перелеты по всем направлениям. Основные направления деятельности компании CORAL TRAVEL – Турция и Египет, где CORAL TRAVEL по праву считается одним из ведущих туристских операторов России.

4. Турагентство «Диалог народов» сотрудничает с туроператором «TEZ TOUR». Компания TEZ TOUR – крупный международный туроператор. Направления – Турция (с 1994 года), Испания (с 2005 года), Египет (с 1999 года), Таиланд (с 1997 года), Куба и Доминикана (с 2004 года). На туристическом рынке – с 1994 года.

5. Туристическая компания MOUZENIDIS TRAVEL, основанная 10 лет назад в городе Салоники с целью приёма российских туристов в Греции, сегодня является ведущим туроператором не только на российском рынке, но и в других странах мира.

Работа с партнерами – поставщиками услуг – оформляется в контрактной форме (путем заключения договоров).

Контракт (договор) необходим для урегулирования обязанностей и ответственности сторон, в частности в ситуациях, когда остаются непроданными места в гостиницах, посадочные места в самолете, или в случаях, когда отменяются чартерные авиарейсы, чтобы предусмотреть систему санкций, штрафов для каждого конкретного случая.

Работа с туроператорами основана на договоре комиссии – за каждый проданный тур турагент получает вознаграждение в размере установленного процента от цены тура. В целях стимулирования турагентов туроператоры используют дифференцированную прогрессивную комиссию, которая учитывает: уровень финансовой ответственности и стабильность работы ту-

рагента, объем реализации туров, условия взаимоотношений между туроператором и турагентом. Общее вознаграждение турагента складывается из базовой комиссии, несезонных надбавок, дополнительных денежных бонусов за большие объемы продаж, а также некоторых других поощрительных мер (бесплатные места в турах, подарки и пр.).

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятия. Культура предприятия

В турфирме «Диалог народов» имеется стенд «Уголок туриста». Свободный подход к нему позволяет клиентам ознакомиться с информацией о предлагаемых услугах, различными туристическими маршрутами, нормативными документами, и др.

При желании клиента совершить путешествие заполняется бланк заявки. Турист заполняет заявку, в письменной форме излагая свои пожелания о бронируемом туре. Обработка заявки занимает 1–2 дня, после чего туристу предлагается 2–3 варианта туристских программ согласно его требованиям и пожеланиям.

Когда турист выбирает конкретную туристскую программу заполняется Договор установленного образца, и Путёвкаа путевке прилагается Информационный листок.

Это три основных документа, которые обязательно выдаются на руки клиенту фирмой. Дополнительным документом является Памятка и рекомендации по поведению в стране/месте пребывания, в которых турист может узнать сведения о стране/месте, куда планирует отправиться, о таможенных правилах при пересечении границы, о правилах поведения в пути, на территории другой страны и др. Клиент обязательно должен пройти инструктаж, о чем он расписывается в специальном журнале.

Обязательным в работе турфирмы является страхование лиц, выезжающих на маршрут. Страхование в «Диалог народов» осуществляет акционерное общество «Пирамида». Для клиентов предлагаются туристические услуги индивидуальные или групповые, предполагающие наличие сопровождающих или рассчитанные на самостоятельное пребывание туристов. Туры включают доставку к месту назначения, трансферы, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, билеты в музеи и т.д. По желанию клиента некоторые услуги могут быть исключены из турпакета, т.е. формируются так называемые экономические туры.

Турфирма оказывает услуги по приобретению различных удостоверений личности международного образца: студенческие, молодёжные, преподавательские карты, по которым в поездках по России и за рубежом страны предоставляются скидки на различные услуги (приобретение авиабилетов, размещение в гостиницах, посещение музеев, проезд в метро, аренда такси, посещение ночных клубов и т.д., также карты обеспечивают доступ к бесплатной линии экстренной помощи «Help lane» и многое другое).

Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта. Процесс продажи туристского продукта включает:

- прием клиента и установление контакта с ним
- установление мотивации выбора турпродукта
- предложение туров
- оформление правоотношения и расчет с клиентом
- информационное обеспечение покупателя.

Обслуживание клиента не ограничивается элементами продажи. Накануне путешествия работники фирмы по телефону напоминают туристу о предстоящей поездке.

После окончания тура следует выяснить мнение туриста о путешествии, определить негативные моменты и т.д. Все недочеты, зависящие от вас, постараться устранить; недочеты, независящие от вашей работы, принять к сведению и учесть на будущее.

На уровень обслуживания клиентов при покупке тура влияют различные факторы:

- наличие комфортабельного офиса и средств качественного обслуживания (мебель, оргтехника, канцтовары и т.д.)
- метод продажи
- квалификация персонала
- возможность формирования туруслуг по желанию клиента
- соблюдение установленных правил продажи
- степень использования средств внутрифирменной рекламы и информации
- внешний вид сотрудников, доброжелательность.

При этом взаимоотношения в данной компании персонала с клиентом являются одними из значимых факторов. Персонал должен знать: законодательные акты и нормативные документы в сфере туризма; формальности международных норм, а также правила оформления документов на выезд (въезд) из России; иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе. Персонал должен уметь дать четкий, точный ответ на поставленный посетителем вопрос; владеть информацией, необходимой для потребителя и постоянно ее актуализировать; повышать свою квалификацию.

Этика поведения с посетителями: персонал должен быть приветливым и доброжелательным; начинать диалог с приветствия; приветливо улыбаться; быть терпеливым и вежливым; проявлять уважение к посетителю; иметь располагающий вид; уметь слушать; сводить к минимуму ожидание посетителей, способствовать тому, чтобы время ожидания не было утомительным; в присутствии посетителя не вести личных телефонных переговоров.

В процессе продажи любого товара, в том числе туристского продукта, значительное место принадлежит методу продажи. Под методом продажи следует понимать совокупность

приемов осуществления всех основных операций, связанных с непосредственной реализацией турпродукта потребителем.

Выбор метода продажи предопределяет уровень и структуру технологического процесса обслуживания клиентов, существенно влияет на численность персонала туристского предприятия, размер его площадей, степень обеспеченности средствами коммуникации и информационными технологиями, величину расходов и другие показатели.

Стремясь к расширению сбыта, турфирмы используют разнообразные формы контакта с потенциальными потребителями:

1) Личный контакт сотрудников турфирмы с клиентами может осуществляться в офисе или других местах нахождения возможных покупателей, с помощью переговоров по телефону;

2) Косвенный контакт возможен в различных вариантах. Например, путем рассылки почтовых отправлений (писем, рекламных проспектов и т.д.) потенциальным клиентам;

3) Контакт через агентов. В турбизнесе есть своя специфика. Многие турфирмы при отправке группы туристов дают скидку агенту в виде одного бесплатного места на 10–15 чел. в зависимости от тура.

4) Важным элементом обслуживания клиента является документальное оформление взаимоотношений. При этом документы могут быть разделены на три группы:

5) документы для заказа (заказ, лист бронирования, подтверждение бронирования);

6) документы для клиента (договор, путевка, ваучер, памятка, страховой полис, билет на транспорт);

7) документ, подтверждающий личность туриста (паспорт, доверенность на детей и т.п.). Перечень документов применительно к конкретному туру зависит от множества факторов: набор услуг, вид тура, страна назначения, индивидуальный или групповой тур, наличие малолетних детей и т.д., и должен соответствовать нормативно-правовым документам России и страны пребывания.

Заявка туриста (группы туристов) на бронирование тура должна быть оформлена на специальном бланке. Заявка содержит сведения о намерении приобрести те или иные туры.

Лист бронирования фактически является заявкой турагентства на предоставление туристских услуг туроператором.

Согласно закону «Об основах туристской деятельности в РФ», реализация турпродукта осуществляется на основании договора.

Договор заключается в письменной форме и должен соответствовать законодательству Российской Федерации. К существенным условиям договора относятся:

- информация о туроператоре или турагенте, включая лицензионные данные на осуществление турдеятельности, его юридический адрес и банковские реквизиты;
- сведения о туристе в объеме, необходимом для реализации турпродукта;
- достоверная информация о потребительских свойствах турпродукта, включая информацию о программе пребывания и маршруте путешествия, об условиях безопасности туристов, о результатах сертификации турпродукта;
- дата и время начала и окончания путешествия;
- порядок встречи, проводов и сопровождения туриста;
- права, обязанности и ответственность сторон;
- розничная цена турпродукта и порядок его оплаты;

Иные условия определяются по согласованию сторон. Неотъемлемым приложением к договору фирмы с клиентом при продаже тура, является турпутевка.

Туристская путевка – это документ, подтверждающий факт передачи тур. продукта.

Туристический ваучер – документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура и подтверждающий факт их передачи. При прибытии туриста в пункт назначения ваучер передается принимающей стороне.

Туристу должна быть предоставлена достоверная и полная информация о предстоящем путешествии. Поэтому в комплект обязательных документов входит информационный листок. Некоторые посольства стран Европы для получения въездной визы ввели требование обязательного страхования. В связи с этим турфирмы сотрудничают с страховыми компаниями путем заключения договоров страхования, на основании которых путешественникам выдается страховой полис.

Процессу обслуживания клиентов уделяется большое внимание, что очень приятно клиенту и тем самым компания повышает свой технологический уровень обслуживания среди других туристических фирм. Если клиенту все понравилось, все его потребности были удовлетворены, то он расскажет об этой тур. фирме как минимум 4 людям, а если не удовлетворить потребности клиента, то он об этом расскажет, как минимум 10 людям.

2.3 Информационные технологии предприятия

Основное программное обеспечение – пакет программ Microsoft Office.

Основной используемый браузер – Яндекс.ру.

Основная программа для обеспечения коммуникации среди сотрудников – «Битрикс24».

Основная программа для обеспечения делопроизводства (бухгалтерия, кадровое обеспечение, финансовый учет) – «1С:Предприятие».

Основа коммуникаций для связи с клиентами:

- 1) Телефонная связь – 8 423 241– 22– 88;
- 2) Интернет сайт – Диалог народов – dialognarodov.ru;
- 3) Электронная почта – dialognarodov@mail.ru

Специализированные программные обеспечения для предоставления услуг турфирмы. Программный комплекс «МАСТЕРТУР». В программном комплексе «МАСТЕРТУР» туры формируются из отдельных услуг, заказанных клиентом. Составленный таким образом тур может стать частью другого, более сложного тура, что позволяет подобрать заказчику оптимальный вариант, не выходя из стандартных параметров программы. Комплекс состоит из нескольких блоков: «Конструктор туров» (основной блок), «Реализация турпродукта», «Работа с партнерами», «Блок администратора», «Статистический», «Справочный», «Финансовый». Все необходимые бланки создаются в форматах MS Word или MS Excel.

Помимо формирования туров «МАСТЕРТУР» позволяет, в частности:

- рассчитывать комиссионные и планируемую прибыль;
- оформлять документы туристов – одну или несколько турпутевок;
- распечатывать прайс-листы, турпутевки, списки туристов, ваучеры, анкеты в посольства, финансовые отчеты;
- контролировать проведение тура, оценивать в целом текущее финансовое состояние турфирмы.

Благодаря возможности квотирования удается избежать перепродажи. При необходимости стоимость услуг рассчитывается в разных валютах. Предусмотрена функция мониторинга оплаты тура.

Функционально программа обеспечивает несколько рабочих мест:

- формирование турпродукта;
- продажу путевок;
- работу через Интернет;
- рабочие места кассира, финансового директора и администратора базы;
- статистику базы данных;
- работу с базой данных о постоянных клиентах.

В программе предусмотрены возможности рассылок по факсу и электронной почте, причем в конкретные даты и в определенное время.

В последнюю версию программы «МАСТЕРТУР» добавлены новые возможности: автоматический расчет цен на отели по формулам, экспорт цен из программы Excel, а также улучшены механизмы создания и аннуляции путевок, значительно расширены функции администрирования и установки прав пользователям программы.

К преимуществам «МАСТЕРТУРА» относится то, что он поставляется в комплекте с лицензионным SQLсервером SQLBase фирмы «Centura». В состав может входить модуль, позволяющий программе работать с серверами: Microsoft SQLServer, Oracle и др. Для фирм туроператоров, работающих по приему туристов, предусмотрено сопряжение «МАСТЕРТУРА» с ПК «МАСТЕРInterLook».

Интернет-магазин сопряженный с сайтом «Диалог народов» – «МАСТЕРWeb» используется, чтобы выставлять в Интернете туры, специальные предложения, цены и проводить прямое бронирование в режиме реального времени из стандартного браузера.

Комплекс «МАСТЕРАГЕНТ» предназначен для автоматизации деятельности туристского агентства. Программа позволяет:

- проводить автоматизированный импорт ценовых предложений по дате заезда, стране, отелю и цене;
- оформлять заявки;
- печатать документы;
- фиксировать плату за туристские услуги;
- производить взаиморасчеты;
- осуществлять автоматизированную отправку заявок туроператорам.

Комплекс «МАСТЕРАВИА» предназначен для автоматизации работы турагентств по продаже авиабилетов. Версия включает в себя модули разграничения доступа и генерации отчетов. Предусмотрено сопряжение программы «МАСТЕРАВИА» с комплексом «МАСТЕРТУР» для турфирм с разветвленной сетью агентов и точек продаж авиабилетов. Через эти системы в основном реализуются и железнодорожные билеты.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Концепция маркетинга предусматривает, что рекламная деятельность туристских фирм дополняется усилиями прочих средств, способствующих стимулированию продажи туристских услуг, призванных ускорить положительную реакцию потребителей на коммерческое предложение фирм.

Для успеха того или иного коммерческого мероприятия по сбыту туристских услуг необходимо наличие определенного минимума стимулирующих мер, которые осуществляются в комплексе с рекламной работой и другой коммерческой деятельностью.

Согласно разработанной концепции отдела маркетинга компании, «Диалог народов», применяются следующие способы продвижения и стимулирования продаж туристского продукта:

Продвижение:

- личные (персональные) продажи, осуществляемые через агента;
- прямая рассылка информации и работа с различными базами данных (формирование постоянно поддерживаемых баз данных устойчивой клиентуры, на основе которых осуществляется доведение до клиента информации о конкретных турах и др.);
- прямой маркетинг (телефонный маркетинг, почтовая рассылка информация перспективных корпоративных клиентов);
- стимулирование сбыта – при этом клиентам предлагают, например, купоны на скидки, проводятся разнообразные конкурсы и розыгрыши призов для покупателей туров, осуществляются бонусные программы, а также раздаются предметы с элементами фирменного стиля;
- пропаганда или организация паблик рилейшнз – не прямое предложение (организация культурных мероприятий, где распространяется информация о турах фирмы, куда приглашаются представители средств массовой информации).

Средства стимулирование потребителя:

- предоставление скидок с объявленных цен на туристские услуги и поездки в случае предварительного их бронирования до определенного срока. Этот прием имеет целью заинтересовать большее число покупателей возможностью купить заранее туристскую поездку, по более низкой цене;
- предоставление дополнительного бесплатного обслуживания в течение 1–3 дней, если турист купит тур с максимальной продолжительностью поездки.

4 Система обеспечения безопасности

Турист во время путешествия попадает в среду, отличающуюся от обычной среды его обитания, и это пребывание вне дома чревато для туриста всевозможными опасными обстоятельствами. Незнание языка, обычаев, традиций, отсутствие иммунитета от распространенных в этой местности болезней, перегруженность программ и сложность маршрутов и, как следствие этого, интенсивные нагрузки становятся угрозой для жизни и здоровья туриста. Нередко туристы становятся жертвой внутрисполитических столкновений, терроризма, уголовных преступлений, попадают в районы боевых действий.

Само понятие безопасность определяется как состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. Под жизненно важными интересами понимается совокупность потребностей, удовлетворение которых, надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества, государства.

Безопасность туристской поездки включает в себя личную безопасность туристов, сохранность их имущества, а также нанесение ущерба природной среде во время путешествия.

Туроператоры и турагенты обязаны предоставить туристам всю исчерпывающую информацию, медико-санитарные правила. Эти требования должны в обязательном порядке доводиться до сведения клиентов до начала поездки.

Стандартом определено, что при проектировании тура и туристских услуг следует внимательно изучить всевозможные факторы риска и его источники, исследовать возможность и вероятность проявления данного источника на опасном для человека уровне, подверженность человека воздействию источников опасности и, в конечном итоге, предусмотреть комплекс мер по защите здоровья и жизни туриста и его имущества.

Факторы риска в туризме стандартом классифицированы следующим образом:

- травмоопасность;
- воздействие окружающей среды;
- пожароопасность;
- биологические воздействия;
- психофизиологические нагрузки;
- опасность излучений;
- химические воздействия;
- повышенная запыленность и загазованность;
- прочие факторы;
- специфические факторы риска.

Туристское предприятие должно иметь комплект действующих нормативных документов по обеспечению безопасности туристов и руководствоваться ими в своей деятельности.

Туристское снаряжение и инвентарь, применяемые при обслуживании туристов, должны соответствовать требованиям, установленным действующей нормативной документацией на эти виды снаряжения.

В каждом туристском предприятии должны быть разработаны и утверждены планы действий персонала в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях, пожарах и других), включающие взаимодействие с местными органами управления, участвующими в спасательных работах.

Руководитель туристского предприятия несет ответственность за подготовленность персонала к действиям в чрезвычайных ситуациях (стихийные бедствия, захват заложников и т.д.). Гиды групп должны быть обучены и физически подготовлены к роли охранника (обезвреживание карманников, разрешение конфликтов в баре или ресторане, защита тургруппы от вымогателей и попрошайек и т.д.).

Требования к безопасности обслуживания для конкретных видов туристских услуг устанавливаются нормативной документацией на соответствующие виды услуг: государственными стандартами, Правилами, Уставами, Кодексами и другими.

Туристские предприятия обязаны ознакомить туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению.

Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания. Информация, обеспечивающая безопасность жизни и здоровья туристов в процессе обслуживания, предоставляется в порядке, установленном действующей нормативной документацией.

Контроль над выполнением требований безопасности туристов обеспечивают органы государственного управления, осуществляющие контроль безопасности в соответствии с их компетенцией (Федерация служб безопасности и охранных предприятий, Министерство внутренних дел).

Контроль осуществляется в начале сезона при проверке готовности туристского предприятия и трассы к эксплуатации, а также в ходе текущих проверок.

Текущие проверки обеспечения безопасности туристов проводятся в соответствии с планами и графиками технических осмотров (испытаний) зданий, сооружений, транспортных средств, пляжей и мест для купаний, туристского снаряжения и инвентаря, выдаваемого туристам пунктами проката, проверок приготовления пищи, сроков и условий хранения и транспортирования продуктов питания, проверок готовности туристов к выходу в походы.

Контроль безопасности обслуживания туристов осуществляется на основе использования следующих методов:

- визуального, (путем осмотра соответствующих объектов: территории, по которой проходит трасса туристского похода, туристского снаряжения и инвентаря и т. д.);
- с использованием средств измерения (контроля качества воды, воздуха и т. д., технического состояния трассы, подъемных механизмов, транспортных средств и т. д.);
- социологических исследований (путем опроса самих туристов и обслуживающего персонала);
- аналитического (анализа содержания документации: паспорта трассы; медицинского журнала осмотра туристов, выходящих на маршрут и других документов).

Говоря о безопасности туризма, следует подчеркнуть, что это широкое, сложное и многогранное понятие. Безопасность туризма должна быть основана на тщательно продуманной, целенаправленной и комплексной системе мер в целях создания таких условий, при которых любое происшествие с туристом заведомо не могло бы произойти. Безопасность туризма можно подразделить на ряд уровней, начиная с безопасности средств размещения и транспорта, гостиничных и рекреационных комплексов, туристских центров, а также страны в целом.

Опасности угрожают не только человеку, но и обществу и государству в целом, так как каждый отдельный человек является жителем данного города и области, а также гражданином данной страны.

Поэтому профилактика опасностей и обеспечение безопасности в туризме – приоритетная задача государства. Так как туризм, связанный с временными выездами (путешествиями) с постоянного места жительства и реализацией своих познавательных, профессионально-деловых, оздоровительно-спортивных и других целей с помощью разнообразных технических средств (автомобиля-внедорожника, велосипеда, акваланга, байдарки, яхты и т.д.), относят к опасным путешествиям, то государство должно регулировать туристскую деятельность. Необходимо отметить также, что так называемый «приключенческий туризм» проходит в сложных географических или природных условиях, что требует четкой организации по спасению и эвакуации туристов.

Безопасность туристов, их благополучие в местах туристского назначения нельзя рассматривать в отрыве от других общественных или национальных интересов принимающей страны и окружающей среды в целом.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

5.1 Информирование и организация поддержки экскурсовода (гида) при оказании экскурсионных услуг

Экскурсовод (гид) и гид–переводчик вправе оказывать услуги только при условии прохождения ими аттестации в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о туристской деятельности, если иное не предусмотрено международными договорами Российской Федерации.

Правила оказания услуг экскурсоводом (гидом) и гидом–переводчиком устанавливаются Правительством Российской Федерации. Аттестация экскурсоводов (гидов) или гидов–переводчиков проводится аттестационной комиссией, создаваемой органом государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма.

Не менее двух третей состава аттестационной комиссии должны составлять представители организаций, представляющих профессиональные сообщества туроператоров, турагентов, экскурсоводов (гидов) и (или) гидов–переводчиков, образовательных организаций, которые осуществляют подготовку экскурсоводов (гидов) и (или) гидов–переводчиков, организаций, осуществляющих туристскую деятельность, музеев и иных объектов показа, научных и некоммерческих организаций в сфере культуры, истории, краеведения, искусствоведения, централизованных религиозных организаций и (или) религиозных организаций, входящих в их структуру. Кворум для проведения заседания аттестационной комиссии должен составлять не менее половины от общего числа ее членов.

Решение об аттестации экскурсовода (гида) или гида–переводчика принимается аттестационной комиссией большинством голосов от числа членов комиссии, присутствующих на ее заседании. При равенстве числа голосов членов комиссии голос председателя комиссии является решающим. Заседания аттестационной комиссии проводятся не реже одного раза в квартал. В случае необходимости могут проводиться внеочередные заседания аттестационной комиссии.

Для прохождения аттестации экскурсовод (гид), гид–переводчик, в том числе предполагающие оказывать услуги на национальных туристских маршрутах и (или) туристских маршрутах, проходящих по территориям двух и более субъектов Российской Федерации, обращаются в орган государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма, в котором они предполагают оказывать услуги по ознакомлению туристов (экскурсантов) с объектами показа, сопровождению туристов (экскурсантов) и информированию туристов (экскурсантов) по пути следования по туристскому маршруту, с заявлением об аттестации. В заявлении экскурсовод (гид), гид–переводчик указывают субъекты Российской Федерации,

национальные туристские маршруты и (или) туристские маршруты, проходящие по территориям двух и более субъектов Российской Федерации.

Для проведения аттестации экскурсовода (гида), гида-переводчика, предполагающих оказывать услуги на национальных туристских маршрутах и (или) туристских маршрутах, проходящих по территориям двух и более субъектов Российской Федерации, аттестационная комиссия привлекает к участию в проведении аттестации, в том числе посредством видео-конференц-связи, не менее одного члена аттестационной комиссии каждого субъекта Российской Федерации, указанного в заявлении об аттестации. Привлеченные члены аттестационной комиссии из субъектов Российской Федерации принимают участие в принятии решения об аттестации экскурсовода (гида), гида-переводчика. Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти в порядке, установленном Правительством Российской Федерации, определяет национальные туристские маршруты и размещает сведения о них на своем официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Порядок и критерии аттестации экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, порядок и критерии аттестации экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, оказывающих услуги на национальных туристских маршрутах, туристских маршрутах, проходящих по территориям двух и более субъектов Российской Федерации, специальные требования к ним, перечень документов, необходимых для аттестации, порядок принятия решений об отказе в аттестации и о прекращении действия аттестата экскурсовода (гида) или гида-переводчика, порядок обжалования указанных решений, формы аттестата экскурсовода (гида) и аттестата гида-переводчика, порядок ведения единого федерального реестра экскурсоводов (гидов) и гидов-переводчиков и перечень содержащихся в этом реестре сведений, размещаемых на официальном сайте уполномоченного федерального органа исполнительной власти в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Для прохождения аттестации в качестве экскурсовода (гида) или гида-переводчика соискатель должен соответствовать следующим требованиям:

- иметь среднее профессиональное образование или высшее образование;
- иметь дополнительное профессиональное образование в области, соответствующей профилю работы экскурсовода (гида) или гида-переводчика, за исключением соискателей, получивших среднее профессиональное образование или высшее образование в сфере туризма по программам, включающим в себя дисциплину (модуль) по оказанию экскурсоводами (гидами) или гидами-переводчиками соответствующих услуг;
- соответствовать специальным требованиям к экскурсоводам (гидам) и гидам-переводчикам, установленным Правительством Российской Федерации;

– свободно владеть иностранным языком, на котором предполагается оказывать услуги гида–переводчика по ознакомлению туристов (экскурсантов) с объектами показа, сопровождению туристов (экскурсантов) и информированию туристов (экскурсантов) по пути следования по туристскому маршруту.

Основаниями для отказа в аттестации в качестве экскурсовода (гида) или гида–переводчика являются:

- непредставление соискателем документов, необходимых для аттестации;
- наличие недостоверных сведений в документах, представленных соискателем для аттестации;
- несоответствие соискателя требованиям, предусмотренным настоящим Федеральным законом, и специальным требованиям к экскурсоводам (гидам) и гидам–переводчикам, установленным Правительством Российской Федерации;
- поступление заявления об аттестации, указанного в части двадцать пятой настоящей статьи, от соискателя до истечения шести месяцев со дня принятия в отношении его решения о прекращении действия аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика.

В случае, если гид–переводчик не владеет иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и оказания туристам (экскурсантам) услуг гида–переводчика по ознакомлению туристов (экскурсантов) с объектами показа, сопровождению туристов (экскурсантов) и информированию туристов (экскурсантов) по пути следования по туристскому маршруту, гид–переводчик либо организация или индивидуальный предприниматель, оказывающие услуги гидов–переводчиков, вправе дополнительно привлечь лицо, владеющее соответствующим иностранным языком, для обеспечения оказания услуг по переводу. При этом указанное лицо не вправе оказывать туристам (экскурсантам) услуги гида–переводчика по ознакомлению туристов (экскурсантов) с объектами показа, сопровождению туристов (экскурсантов) и информированию туристов (экскурсантов) по пути следования по туристскому маршруту.

Соискателю, прошедшему аттестацию, органом государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма выдаются аттестат экскурсовода (гида) или гида–переводчика и нагрудная идентификационная карточка экскурсовода (гида) или гида–переводчика по форме, утвержденной органом государственной власти субъекта Российской Федерации, которые действуют пять лет со дня принятия решения об их выдаче. Наличие аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика позволяет экскурсоводу (гиду) или гиду–переводчику оказывать услуги на туристских маршрутах, проходящих по территории (территориям) субъекта (субъектов) Российской Федерации, в отношении которых выдан аттестат. Экскурсовод (гид) и гид–переводчик обязаны проходить аттестацию один раз в пять лет. За выдачу атте-

стата экскурсовода (гида) или гида–переводчика уплачивается государственная пошлина в порядке и размере, которые установлены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах. Передача аттестата и идентификационной карточки экскурсовода (гида) или гида–переводчика иному лицу не допускается.

Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти ведет единый федеральный реестр экскурсоводов (гидов) и гидов–переводчиков и размещает содержащиеся в указанном реестре сведения на своем официальном сайте в информационно–телекоммуникационной сети "Интернет". Такие сведения являются открытыми и доступными, за исключением случаев, если доступ к таким сведениям ограничен в соответствии с федеральными законами. Внесение сведений об экскурсоводах (о гидах) и о гидах–переводчиках в единый федеральный реестр экскурсоводов (гидов) и гидов–переводчиков осуществляется органом государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма.

Экскурсоводы (гиды) и гиды–переводчики при оказании услуг должны соблюдать правила оказания услуг экскурсоводом (гидом) и гидом–переводчиком, в том числе иметь нагрудную идентификационную карточку экскурсовода (гида) или гида–переводчика, доступную для всеобщего обозрения. На нагрудной идентификационной карточке экскурсовода (гида) или гида–переводчика должны размещаться цветная фотография экскурсовода (гида) или гида–переводчика и следующие сведения (на русском и английском языках):

- фамилия, имя и отчество (при наличии) экскурсовода (гида) или гида–переводчика;
- серия, регистрационный номер и срок действия аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика;
- наименование субъекта (субъектов) Российской Федерации, в котором (которых) экскурсовод (гид) или гид–переводчик оказывает услуги;
- контактный телефон органа государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма, выдавшего аттестат экскурсовода (гида) или гида–переводчика.
- Основаниями для прекращения действия аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика являются:
 - истечение срока действия аттестата;
 - решение органа государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма, выдавшего аттестат экскурсовода (гида) или гида–переводчика, о прекращении действия аттестата.

Основаниями для принятия решения о прекращении действия аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика являются:

- выявление после выдачи аттестата экскурсоводу (гиду) или гиду–переводчику недостоверных сведений в документах, представленных для аттестации;
- выявление после выдачи аттестата экскурсоводу (гиду) или гиду–переводчику несоответствия экскурсовода (гида) или гида–переводчика требованиям к экскурсоводам (гидам) и гидам–переводчикам, предусмотренным настоящим Федеральным законом, и критериям аттестации, установленным Правительством Российской Федерации.

Решение о прекращении действия аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика принимается органом государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере туризма, выдавшим аттестат экскурсовода (гида) или гида–переводчика. Принятие указанного решения является основанием для исключения сведений об экскурсоводе (гиде) или гиде–переводчике из единого федерального реестра экскурсоводов (гидов) и гидов–переводчиков.

Экскурсовод (гид) или гид–переводчик, в отношении которых на основании абзаца третьего части двадцать четвертой настоящей статьи принято решение о прекращении действия аттестата экскурсовода (гида) или гида–переводчика, вправе обратиться с заявлением об аттестации не ранее чем через шесть месяцев со дня принятия указанного решения. До истечения этого срока данное лицо не может быть аттестовано в качестве экскурсовода (гида) или гида–переводчика ни в одном субъекте Российской Федерации.

Действие настоящей статьи не распространяется на экскурсоводов (гидов) и гидов–переводчиков, осуществляющих деятельность на основании трудовых договоров или гражданско–правовых договоров с централизованными религиозными организациями, религиозными организациями, входящими в их структуру, и (или) созданными ими организациями, основной целью деятельности которых является осуществление паломнической деятельности, на экскурсоводов (гидов) и гидов–переводчиков, осуществляющих деятельность на объектах показа и состоящих в отношениях с владельцами указанных объектов на основании трудовых договоров или гражданско–правовых договоров, а также на лиц, осуществляющих ознакомление туристов (экскурсантов) с объектами показа в рамках осуществления образовательной деятельности. Экскурсовод (гид) и гид–переводчик обязаны своевременно довести до сведения туристов (экскурсантов) следующую информацию:

1. Перечень услуг и условия их оказания, в том числе информация о форме и порядке оплаты услуг.
2. Сведения о сроках оказания услуг (дата, время начала и окончания либо продолжительность оказания услуги).
3. Сведения о форме, условиях и порядке заказа услуг, изменения или аннулирования заказа услуг.

4. Перечень и цена иных платных услуг, оказываемых экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком за отдельную плату, условия их приобретения и оплаты (при наличии).

5. Перечень категорий лиц, имеющих право на получение льгот, а также перечень льгот, предоставляемых при оказании услуг в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Информация доводится до сведения туристов (экскурсантов) в наглядной и доступной форме.

5.2 Деятельность по сопровождению при оказании экскурсионных услуг

Для обеспечения туристической безопасности необходимо не только соблюдение норм действующего законодательства, но и грамотная деятельность уполномоченных федеральных органов исполнительной власти, обеспечивающих охрану общественного порядка и соблюдение прав и свобод людей. В случае возникновения обстоятельств, которые угрожают жизни и (или) здоровью туристов, а также создают опасность причинение вреда их имуществу, турист вправе потребовать в суде расторжения договора о реализации того или иного туристического продукта, а также изменить условия договора. Если соответствующие нарушения допускаются туристом, необходимо подтверждение в качестве решения органов государственной власти в соответствии с нормами действующего законодательства. В таком случае туроператор имеет право расторгнуть договор с туристом, возвращая туристу денежную сумму в установленном размере, пропорционально не оказанным туристу услугам.

Заключая договор с туристом, турагент и туроператор обязан предоставить туристу или заказчику услуги достоверную информацию:

- о правилах нахождения на территории того или нового государства, необходимости наличия специальных документов, включая наличие визы для въезда или выезда.
- об опасностях, с которыми турист может столкнуться на территории государства при совершении путешествия.
- о требованиях санитарно-эпидемиологических, пограничных, медицинских норм в том объеме, в каком это необходимо для совершения путешествия.
- о порядке организации тура несовершеннолетних туристов, который путешествуют без сопровождения родителей, опекунов или попечителей.
- о порядке оказания экстренной помощи в случае необходимости.
- о религиозных и национальных особенностях того государства, куда турист планирует совершить путешествие.
- об иных особенности путешествия.

Правила организации туристических путешествий. Прогулки, походы, экспедиции и экскурсии, как правило, свершаются по ранее определённым маршрутам. При этом используются различные способы средства передвижения, предоставляется полезная информация с целью познания. Туристическая прогулка представляет собой непродолжительные по времени – около 1–4 часов – групповые выходы с активными передвижениями по обследуемой территории. Поход предполагает движение группы по определённому маршруту активными способами передвижения, с целью познания, также физического развития, выполнение определённых категорий упражнений, нормативов, отработка навыков. Экспедиция представляет собой изучение отрядом маршрута определённой территории, одного или группы объектов с целью выполнения определённой полезной работы, как правило, в научных целях.

Туристические походы могут классифицироваться на различные категории сложности. Так, выделяют три степени сложности и пять категорий сложности походов. Возможно проведение многодневных, дальних экскурсий с ночлегом. Однако для этого должно быть разрешение медицинской организации, возможно, даже путёвка экскурсионной организации. Оформленные маршрутные документы также позволяют участникам путешествий останавливаться в конкретных отелях, пользоваться услугами соответствующих гостиниц и кемпингов.

На маршрутах осуществляется инструктаж туристов по вопросам их поведения на маршруте. Он осуществляется по стандартам оказания туристических и экскурсионных услуг. Например, возможно осуществление инструктажа по вопросам посещения различных достопримечательностей, соблюдения культурных и межличностных отношений. Для иностранных туристов необходимо осуществление инструктажа на их родном языке.

Туристы на маршруте движения должны соблюдать рекомендации гида, который координирует и контролирует их деятельность на маршруте. Кроме того, досуг туристов при необходимости также должен быть организован. Организаторы должны продемонстрировать следующие знания:

1. основы анимационной деятельности;
2. правила организации туристских поездок, экскурсий;
3. правила поведения туристов при использовании различных видов транспорта;
4. основы организации туристской деятельности;
5. умение действовать в чрезвычайных ситуациях, знать, как вызвать службы быстрого реагирования.
6. умение доводить информацию на разных языках.

Сопровождение туристов

Для туристов на начало путешествия разрабатываются специальные памятки, которые содержат важную информацию по маршруту движения, выступая в качестве своеобразной

шпаргалки. Они не имеют юридического значения, однако позволяют туристу получить необходимые сведения, которые в официальные документы зачастую не вносятся.

За порядок в туристической группе отвечает руководитель туристической группы, который следит за сроками пребывания, соблюдением маршрутов, уровнем и качеством обслуживания безопасностью жизни и здоровьем туристов, сохранностью их имущества.

К задачам руководителя туристической группы относятся следующие положения:

- Получение документов за день до выезда (не позднее 17.00 ч.);
- Проверка комплектности документов, правильности их заполнения;
- Ознакомление с программой тура, его описанием, данных о посещаемой стране, местными особенностями и обычаями, законами, правилами поведения;
- Получение инструкций на случай действий при возникновении чрезвычайных ситуаций (болезнь или смерть туриста, задержание его властями, при возникновении пожаров и т.д.);
- Получение адресов и телефонов посольств, консульств или представительств России, страховщиков, полиции, ближайших медицинских организаций, принимающей стороны.
- Экскурсионные услуги должны соответствовать требованиям безопасности к процессам оказания и результатам услуг, обеспечивать сохранность жизни, здоровья и имущества экскурсантов в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными документами федеральных органов исполнительной власти, ГОСТ 32611.
- При оказании экскурсионных услуг должна быть обеспечена экологическая безопасность, предусматривающая предотвращение возможности оказания вредных воздействий на окружающую среду: флору, фауну, воздушный и водный бассейны, почву, недра и т. п.
- При проведении транспортных экскурсий должно быть обеспечено соблюдение требований действующего законодательства Российской Федерации по транспортной безопасности.

5.3 Организация оказания экскурсионных услуг

Экскурсионные услуги иногда оплачиваются отдельно, а иногда являются составной частью туристского продукта. Экскурсионная деятельность на территории нашей страны регулируется такими нормативно-правовыми актами как Гражданский кодекс РФ, ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» от 24.11.1996 № 132-ФЗ, Законом РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1, а также ГОСТ Р 50690–2017 «Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Общие требования», ГОСТ Р 54604–2022 «Национальный стандарт Российской Федерации. Туризм и сопутствующие услуги».

Экскурсионные услуги представляют собой деятельность субъектов туристской индустрии (туроператоров, турагентств, туристско-экскурсионных, экскурсионных организаций), а также экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков по разработке, организации и проведению экскурсий. Услуги по разработке, организации и проведению экскурсий осуществляют туроператоры, турагентства, туристско-экскурсионные, экскурсионные организации, экскурсоводы (гиды), гиды-переводчики, а также учреждения, осуществляющие функции и регламентирующие порядок организации экскурсионных маршрутов и услуг в пределах своих объектов, территорий, в том числе, учреждения, осуществляющие функции по управлению особо охраняемыми природными территориями (ООПТ). Подготовка экскурсии должна быть проведена специалистами в области экскурсионных услуг (экскурсоводом (гидом), гидом-переводчиком или группой экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков) в соответствии с экскурсионной методикой.

Основными требованиями к экскурсионным услугам являются:

- соответствие информационной наполненности;
- точность и своевременность выполнения;
- соответствие требованиям безопасности жизни и здоровья;
- качество обслуживания. Услуги оказываются на основании договора, заключаемого в любой форме в соответствии с законодательством Российской Федерации
- устно, письменно или в электронной форме.

К существенным условиям договора относятся:

- а) сведения об экскурсоводе и гиде-переводчике:
- б) сведения об услугах: наименование и описание услуг (основные потребительские свойства); цена услуг;
- в) права, обязанности и ответственность сторон;
- г) условия изменения и расторжения договора;
- д) адрес для направления туристом (экскурсантом) претензии.

При заключении договора дистанционным способом, в том числе с использованием сети «Интернет», экскурсовод и гид-переводчик при наличии возможности оказания услуги направляют туристу подтверждение заказа услуг, содержащее сведения об экскурсоводе (гиде), о гиде-переводчике и туристе, наименовании услуг.

Экскурсионные услуги должны соответствовать правилам оказания услуг экскурсоводом (гидом) и гидом-переводчиком, безопасности, обеспечивать сохранность жизни, здоровья и имущества экскурсантов, функциональному назначению (соответствие темы экскурсии, указанной в программе, доступность и полнота изложения информации для экскурсантов). Ис-

полнители экскурсионных услуг должны предоставлять потребителям необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах в соответствии с действующим законодательством, правилами оказания услуг по реализации туристского продукта, в том числе инструкции для экскурсантов, включая правила поведения во время проведения экскурсии и пр.

При предоставлении экскурсионных услуг следует соблюдать требования продолжительности и своевременности выполнения экскурсии в полном соответствии с программой и договором на оказание экскурсионных услуг. Экскурсовод (гид) должен владеть подробной информацией о стране (регионе, местности), в которой проводит экскурсию, о памятниках природы, истории, культуры, о местных традициях и обычаях, об условиях пребывания, необходимости оформления документов, телефонах и адресах служб экстренной помощи и обеспечения правопорядка, государственных учреждений, о режимах существующих ООПТ (в случае прохождения маршрута по территории ООПТ).

Качество обслуживания обеспечивает исполнитель экскурсионных услуг с использованием материально-технической и научно-методической базы и высоким профессиональным уровнем экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков. С 01 июля 2024 года деятельность экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников без аттестации и/или без включения в соответствующий федеральный реестр будет запрещена. Аттестацию специалисты проходят 1 раз в пять лет. Аттестация инструкторов-проводников проводится на федеральном уровне по видам туристских маршрутов, требующих специального сопровождения, и категориям их сложности.

За неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательств по договору экскурсовод (гид), гид-переводчик и турист несут ответственность, предусмотренную гражданским законодательством Российской Федерации и законодательством Российской Федерации о защите прав потребителей (ст. 28 и 29 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»). Потребитель также имеет право расторгнуть договор в одностороннем порядке до начала экскурсии (на основании п. 1 ст. 782 ГК РФ и ст. 32 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей») при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов.

Экскурсия сочетает в себе визуальное наблюдение за объектом и рассказ о нем. Экскурсовод сопровождает туристов, показывая им объекты и рассказывая о них. Речь сопровождается анализом, необходимыми пояснениями, а также историческими фактами и справками. За счет экскурсий турист может правильно воспринять увиденное, оценить масштабы явления, а также выразить объективную оценку произошедших событий. Экскурсия осуществляет воздействие на мировоззрение экскурсантов, что способствует лучшему запоминанию информации. Экскурсии делятся на различные категории:

По содержанию:

- Тематические – имеют четко определенную тему и посвящены конкретному событию или группе событий. Среди них можно выделить географические, геологические, ландшафтные и тому подобные экскурсии. Многоплановые или обзорные. Направлены на раскрытие широкого комплекса тем.

- По способу передвижения:

Пешеходные – более маневренные с возможностью подробного изучения объектов, как правило, отличаются невысокой стоимостью.

С использованием транспорта – наземного или подземного, воздушного.

Комбинированные экскурсии, то есть сочетающие различные способы передвижения.

- По цикличности проведения:

1. Единичные – охватывает только одну тематику.

2. Тематические – имеют общую тему и цель.

Разрабатывая экскурсии, необходимо учитывать следующие параметры:

- Дифференциация подхода к обслуживанию различных групп.

- Спрос на определенные темы экскурсий.

- Постоянное совершенствование экскурсионного обслуживания, в том числе повышение квалификации гида.

- Экскурсии считаются подготовленными тогда, когда у экскурсовода имеются следующие материалы:

Список использованных источников. Это не только литература, но и иные источники информации, в том числе архивные материалы, материалы из музеев, видеозаписи, фотографии, видеохроники, интервью, факты из интернета и т.Д. Паспорт экскурсионных объектов. Это документ, который дает представление об изучаемых экскурсионных объектах. Предприятия, которые профессионально занимаются экскурсиями, должны иметь карточки на все экскурсионные объекты, которые организация посещает. Наличие подобных карточек позволяет увидеть пробелы в тематике и разработать оптимальный маршрут движения. Экскурсионные тексты. Делятся на контрольные и индивидуальные. Используя экскурсионные тексты, экскурсовод взаимодействует с туристами, передавая им знания, влияя на информированность экскурсантов. Тексты могут быть контрольными и индивидуальными. Контрольный текст представляет собой тщательно выверенный материал экскурсии, который раскрывает основные вопросы. Он служит основой для проведения экскурсии. Индивидуальный текст – это материал, который должен соответствовать хронологии маршрута, так как маршрут может меняться в течение экскурсии, и экскурсовод должен подстраиваться к изменениям.

Работа экскурсовода отличается рядом особенностей. Помимо того, что экскурсовод должен посетить экскурсионные объекты, составить текст экскурсии, данная профессия требует определенных практических навыков и умений, которые предъявляются к данной профессии. В частности, экскурсовод должен характеризоваться следующими чертами:

- интеллектуальность;
- индивидуальность;
- ответственность;
- наличие личного достоинства;
- активность;
- наличие организаторских навыков;
- наличие коммуникативных навыков.

Кроме того, позитивным фактором являются такие качества, как приветливость, внимательность к туристам, оказания им помощи при необходимости. Экскурсовод должен владеть специфической речью, жестами и мимикой, хорошо излагать материал, чтобы он был понятен туристам. Эрудиция может потребоваться в тех случаях, когда туристы будут задавать какие-либо вопросы, на которые экскурсанта должен знать ответы. И, наконец, основная сила экскурсовода – это его красноречие.

Экскурсия предполагает сложение текста в устную форму, а потому экскурсовод должен не только тщательно подобрать материал, но и понятно разъяснить его.

Коммуникативные навыки выражаются в процессе проведения экскурсии таким образом, чтобы между всеми экскурсантами имелись взаимодействие и взаимопонимание. Кроме того, экскурсовод должен уметь легко вступать в контакт, управлять потоком людей, располагать их к себе, а также иметь множество идей по разнообразию досуга туристов.

Методика организации экскурсии представляет собой совокупность приемов, способов и средств организации экскурсий. Она выступает в качестве рычага, который позволяет экскурсоводу за короткий промежуток времени переместиться в прошлое и сообщить туристам информацию ретроспективного характера. Методика также позволяет запомнить большое количество текста, которым в совершенстве должен владеть экскурсовод при проведении экскурсии. Методика построена не только на взаимодействии экскурсантов с объектами, но и на зрительных сравнениях, возможности использования различных органов чувств. Она неразрывно связана с таким явлением, как показ и рассказ. Методика показа более сложна, чем методика рассказа, так как она оригинальна сама по себе и позволяет воспринимать информацию в несколько нестандартной форме.

Методика также предполагает определение целей и задач экскурсий. Основной целью экскурсии является привлечение туристов к уникальной по содержанию программе познавательной деятельности, направленной на осмотр природных исторических достопримечательностей. Исходя из поставленных целей и задач, подбирается литература по теме экскурсий. После определения всех вышеуказанных элементов формируется карточка экскурсионного объекта, которая включает основные сведения о нем.

Экскурсионная деятельность является одним из основных компонентов индустрии туризма. Экскурсионные услуги входят в перечень туристских услуг. В соответствии с нормативно-правовыми актами, действующими в Российской Федерации, четко не определены предприятия, специализирующиеся на оказании экскурсионных услуг. В соответствии с ГОСТ Р 52113—2014, «...проектирование туристских услуг осуществляется туроператором или организацией, предоставляющей услуги по проектированию туристских услуг, а также саморегулируемой или общественной организацией, осуществляющей деятельность в сфере туризма, в целях определения основных параметров и характеристик новых туристских продуктов».

В соответствии с ГОСТ Р 54604—2011, «...экскурсионные услуги представляют собой деятельность субъектов туристской индустрии (туроператоров, турагентств, туристско-экскурсионных, экскурсионных организаций), а также физических лиц (экскурсоводов, гидов-переводчиков), имеющих необходимую квалификацию по разработке, организации и проведению экскурсий». Каким образом соотносятся между собой туристская деятельность и экскурсионная деятельность? Общероссийский 86 классификатор¹ видов экономической деятельности, продукции и услуг (утв. Постановлением Госстандарта России от 6 августа 1993 г. № 17) рассматривает данные виды деятельности как равнозначные, поставив их в одном коде как разновидности услуги –63000000 Услуги в области туризма и экскурсий. Однако такое утверждение представляется не совсем верным в силу следующих причин. Основной объект реализации туристской услуги –туристский продукт.

В качестве такового Закон «Об основах туристской деятельности» определяет «комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта». Соответственно, экскурсионные услуги представлены в качестве составляющей части туристского продукта. Это указывает на специфичность экскурсионной деятельности, но определяют ее в качестве подвида туристской. Экскурсионная деятельность –это деятельность по организации ознакомления туристов и экскурсантов с экскурсионными объектами в месте временного пребывания без предоставления услуг размещения.

Организованная экскурсионная деятельность должна осуществляться квалифицированными работниками, знающими требования, предъявляемые к технологии создания экскурсионных услуг и обслуживания экскурсантов, и затрагивать самые широкие слои населения. Под организованной экскурсионной деятельностью понимается предложение стандартизированной экскурсионной программы или отдельных экскурсий как разновидности туристских групп. Предприятия, организующие экскурсионную деятельность, комбинируют услуги непосредственных производителей (музейных, транспортных, зрелищных организаций) по своему усмотрению и по желанию потребителей, а также сами создают и предоставляют туристско-экскурсионные услуги, т. е. являются туроператорами. 1 ОК 004-93. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг: утв. Постановлением Госстандарта России от 6 августа 1993 г. № 17 (в ред. от 12 декабря 2012 г.) (Части I-II, часть III разделы А-С, раздел D (коды 1510000-420000)).

Экскурсионные компании или бюро обычно организуют экскурсионное обслуживание туристов в местах их временного пребывания. Экскурсионная программа обслуживания — это план экскурсионных мероприятий, реализуемых для удовлетворения конкретных или специализированных познавательных запросов и интересов местного населения, туристов или экскурсантов в зависимости от целей их пребывания. Комплекс услуг, входящих в состав программы, является продуктом экскурсионной фирмы (или экскурсионного отдела туристской фирмы).

Услуги по подготовке, организации и проведению экскурсий осуществляют туроператоры, турагентства, туристско-экскурсионные, экскурсионные организации, физические лица, имеющие соответствующую квалификацию (экскурсоводы, гиды, гиды-переводчики). Услуги гида-переводчика представляют собой деятельность по сопровождению и ознакомлению экскурсантов с объектами экскурсионного показа, осуществляемую посредством последовательного и (или) синхронного перевода информации (доклада, лекции, сообщения и др.) специалистом, обладающим соответствующей квалификацией, на языке туристов (экскурсантов). Услуги сопровождающего заключаются в сопровождении экскурсантов, оказании им информационных, организационных услуг и квалифицированной помощи в обычных и чрезвычайных ситуациях в период проведения экскурсии. Экскурсионные программы предоставляют юридические лица и индивидуальные предприниматели (далее — исполнители экскурсионных услуг) в соответствии с действующим законодательством и нормативными документами.

Основными требованиями к экскурсионным услугам являются:

- соответствие функциональному назначению
- точность и своевременность выполнения;
- соответствие требованиям безопасности;

– качество обслуживания.

Экскурсионные программы должны соответствовать функциональному назначению – соответствие темы экскурсии, указанной в программе, доступность и полнота изложения информации для экскурсантов соответствующих категорий. Исполнители экскурсионных программ должны предоставлять потребителям необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах в соответствии с действующим законодательством, правилами оказания услуг по реализации туристского продукта, в том числе инструкцией для экскурсантов, включая правила поведения во время проведения экскурсии и пр. При предоставлении экскурсионных услуг следует соблюдать требования точности и своевременности выполнения 89 экскурсии в полном соответствии с программой и договором на оказание экскурсионных услуг. Экскурсионные программы должны соответствовать требованиям безопасности.

Качество обслуживания обеспечивается исполнителем экскурсионных услуг с использованием материально-технической и научно-методической баз и высоким профессиональным уровнем экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и сопровождающих. Материально-техническая база исполнителя экскурсионных услуг должна позволять разрабатывать и реализовывать экскурсионные услуги в соответствии с требованиями настоящего стандарта самостоятельно или при помощи соисполнителей на основании заключенных договоров. Экскурсионное обслуживание как субъект туристической индустрии является специфическим видом деятельности, которая осуществляется как для группы лиц, так и, возможно, для отдельного лица. Однако четких норм на осуществление экскурсионной деятельности законом и другими нормативными актами не предусмотрено.

Отличает экскурсионное обслуживание от туристического продолжительность (не более 24 ч) и отсутствие компонентов размещения для временного проживания. Относительно компонентов обслуживания питанием предполагается, что по месту посещения имеются соответствующие предприятия (кафе, буфеты, столовые) или экскурсантам выдаются скомплектованные продукты для употребления в ходе экскурсии. В случаях, когда экскурсионное обслуживание является частью программы обслуживания, гостиница или туроператор заключает договор с экскурсионной организацией.

Если договор на экскурсионное обслуживание не заключается, то туристы или посетители могут воспользоваться теми экскурсиями, которые проводятся экскурсионной организацией самостоятельно в дистанции или в местах, удаленных от нее и доступных как с использованием местных транспортных средств, так и пешеходным способом. Главное условие – экскурсии проводятся в течение ограниченного времени и различными способами перемещения туристов к местам посещения, осмотра или показа.

Создание новой экскурсии – сложный и длительный процесс, требующий участия команды профессионалов разных сфер деятельности, экскурсоводов, менеджеров туризма, маркетингов, юристов, финансистов, психологов, программистов и других специалистов. Предприятия, внедрившие проектный подход, поставляют новые туристские предложения на рынок быстрее, чем их конкуренты, сокращая сроки и выполняя важнейшие обязательства более надежно, чем когда-либо. Управление проектом может быть успешно применено, как правило, для выполнения одноразового задания, определяемого условиями единственного, определенного конечного результата и большим размером, и комплексностью по сравнению с теми задачами и действиями, которые организация раньше достаточно успешно выполняла¹.

Именно такие характеристики присущи процессу формирования нового продукта на туристском рынке. Разработкой нового продукта в индустрии туризма успешно занимаются те туристские компании, которые установили формальные процедуры для разработки, точнее – это крупные корпорации, имеющие системные программы разработки туристского продукта. Разработка нового продукта происходит в несколько этапов. Сначала компании формулируют стратегию разработки туристского и (или) экскурсионного продукта, которая, в свою очередь, включает инновацию продукта, т. е. установление вида требуемого продукта, модификацию уже существующих продуктов, а также распределение ресурсов для создания продукта. После определения стратегии начинается этап генерации идей. Многие фирмы для этого используют такие инструменты, как мозговая атака, матрицы поиска, морфологический анализ и др. Затем идеи превращаются в концепции, которые проходят обсуждение у потенциальных клиентов и утверждаются.

Следующий этап разработки продукта – это бизнес-анализ, когда прогнозируются первоначальные и повторные продажи, планируются цены и предполагаемая прибыль. Далее создается сам продукт, который проходит предварительное испытание на прочность. Этот этап дорогостоящий, требующий много времени и усилий. Если не отвергается новый экскурсионный продукт в стратегическом плане, в деятельности фирмы наступает этап коммерциализации нового туристского продукта, т. е. внедрение на рынок. Некоторые компании привлекают венчурные предприятия, создают отделы нового продукта или держат в своем штате менеджеров по новым продуктам, которые оценивают и учитывают реакцию и ответные действия со стороны конкурентов.

Между генерацией идей и этапом воплощения их в жизнь и размещения туристского продукта на рынке часто проходит несколько лет. А это означает, что изменения в экономических, политических и других условиях могут преобразовать рынок и тем самым привлекательность разработанного продукта. К числу наиболее часто применяемых и необходимых направ-

лений повышения уровня квалификации туроператоров и турагентов следует отнести «управление проектами» – Project Management. Проект является временным предприятием (усилием), предназначенным для создания уникальных продуктов, услуг или результатов. Временный характер организации проекта означает, что у любого проекта есть определенное начало и завершение. Управление проектами состоит в приложении знаний, навыков, инструментов и методов к работам проекта для удовлетворения требований, которые предъявляются к проекту.

Управление проектами состоит из пяти групп процессов, объединенных между собой:

- инициализация;
- планирование;
- исполнение;
- мониторинг и контроль;
- завершение.

Для эффективного управления проектами в сфере туризма необходимо учитывать ряд отличительных особенностей экскурсионного продукта. В широком смысле экскурсионный продукт является не экономическим благом, которое предназначено для обмена, а обладает товарной природой.

Особенностью экскурсионного продукта является то, что он может быть потреблен только в месте производства туристских услуг. Управление проектами предусматривает саму разработку технологии составления экскурсионного продукта. Экскурсионный продукт как товар характеризуется потребительской стоимостью, т. е. степенью способности удовлетворять рекреационные потребности туристов. Полезность продукта определяется его ценностью для экскурсанта. Поэтому при проектировании тура необходимо учитывать целевую аудиторию потребителей. Проект по определению должен содержать следующие данные: дату, время, когда зрелая стадия жизненного цикла турпродукта будет работать на полную мощность; дату, когда головная компания возьмет на себя оперативное управление приоритетным предприятием, или дату, когда новый турпродукт поступит в сеть продаж по всей стране или отдельному региону.

Проектный менеджмент, или управление проектами, усиливает логическое приближение к новым изменениям решений и сокращает управленческую работу до разумного предела. С точки зрения вовлеченных в него людей и организационных усилий, проект может быть изображен на временном графике в виде волнообразной кривой, постепенно растущей до высшей точки и резко падающей в конечном результате. На рис. 4.2 отражена модель управления проектом создания экскурсионного продукта. Жизненный цикл проекта включает следующие этапы: концептуальный (начальный), проектирование продукта, разработка продукта и полу-

чение готового экскурсионного продукта. На начальном этапе проекта происходит сбор и анализ исходных данных, выявляются потребности в проекте, формулируются цели проекта, подготавливаются основные требования к проекту, определяются участники проекта и необходимые ресурсы для его реализации, формулируется концепция проекта, которая затем утверждается.

На втором этапе проектирования экскурсионного продукта происходит формирование самой команды разработчиков проекта, развитие и конкретизация предложенной концепции, определяется структура туристского продукта, и затем выполняется разработка сметы реализации турпродукта.

На третьем этапе происходит оперативное планирование работ, контроль за выполнением всего хода работ, разработка соответствующих технологических процессов выполнения продукта, устанавливаются деловые контакты, происходит юридическое оформление хозяйственных связей, рассчитываются показатели качества экскурсионного продукта, калькулируется цена продукта.

На четвертом этапе выполняется планирование самого процесса завершения проекта, апробация завершеного турпродукта, подготавливается необходимая инструктивно-нормативная документация для всех участников проекта и затем производится реализация полученного турпродукта на рынке. Полученный экскурсионный продукт является товаром и обладает своим жизненным циклом, длительность которого определена рынком и зависит от спроса потребителей.

В процессе подготовки новой экскурсии выделяют этапы:

- 1) определение цели и задач экскурсии;
- 2) выбор темы;
- 3) определение источников экскурсионного материала;
- 4) отбор и изучение экскурсионных объектов;
- 5) составление маршрута экскурсии;
- 6) объезд или обход маршрута;
- 7) подготовка текста экскурсии;
- 8) комплектование «портфеля экскурсовода»;
- 9) прием (сдача) экскурсии и утверждение экскурсии.

При подготовке экскурсии основная задача – из множества объектов отобрать самые интересные по внешнему облику и той информации, которую они несут, поскольку правильный отбор объектов, их количества, последовательность показа влияют на качество и эффективность экскурсии. В ходе подготовки новой экскурсии больше внимания следует уделить изучению объектов на месте, в их естественной обстановке. Необходимые исходные данные

дает изучение объектов по источникам – книгам, альбомам, фотографиям. Встреча с экскурсионным объектом непосредственно на месте его расположения, изучение различных его сторон позволяют экскурсоводу в будущем при работе с группой свободно ориентироваться у памятника, квалифицированно вести его показ. Отбор объектов заканчивается составлением карточки (паспорта) на каждый из них. Данные карточки используются как для конкретно разрабатываемой темы, так и для будущих экскурсий.

Экскурсионная деятельность становится одной из важнейших составляющих туристского продукта. Почти все виды туров предусматривают экскурсии – экологические, этнографические, историко–культурные, военно–исторические, искусствоведческие. Этот этап подготовки экскурсии помогает творческой группе более организовано и осмысленно осуществлять свою деятельность. Цель экскурсии – это то, ради чего будет проводиться будущая экскурсия. Выделяют следующие цели:

- патриотическое
- воспитание;
- расширение кругозора;
- привить уважение к другому народу, культуре и обычаям.

Определение цели является очень важным этапом в разработке новой экскурсии, потому что, поставив четкую цель, можно более четко определиться с темой экскурсии. Выбор темы напрямую зависит от спроса потребителей или индивидуального заказа. Тема экскурсии является связывающим звеном в подборе объектов, т. е. она объединяет объекты в единое целое. Для большей раскрываемости темы экскурсии необходимо правильно подобрать материал (литературу, схемы, фотографии). В процессе разработки новой экскурсии составляется список библиографии, состоящий из книг, журналов, газет и брошюр. Список необходим для того, чтобы оказать помощь экскурсоводам в написании текста и оценить объем работы с источниками. Весь перечень литературы размножается для удобства работы группы. В списке называются автор, название, год издания, а также главы, разделы, страницы.

Главным источником является архив. Кроме письменных источников используются и такие источники получения информации, как фильм о каком–либо объекте. Иногда, если есть такая возможность, берут интервью у родственников человека, имеющего отношение к данному объекту, или у очевидцев какого–либо события. После того как были выбраны источники информации творческая группа переходит к следующему очень важному этапу, а именно – к выбору объектов показа. От правильности подбора объектов зависит то, насколько хорошо будет воспринята экскурсия экскурсантами. Задачей экскурсоводов на данном этапе является отбор наиболее интересных объектов, отвечающих выбранной теме и поставленной цели. В качестве объектов могут выступать:

- природные объекты – парки, леса, водоемы;
- здания и сооружения – мавзолеи, памятники, церкви, старинные постройки;
- памятники археологии – захоронения, древние поселения, каналы, городища.

Этот этап заканчивается составлением карточки объектов. На основе отобранных объектов показа составляется маршрут экскурсии. Он представляет собой наиболее удобный путь следования экскурсионной группы согласно выбранной теме. Одной из задач маршрута является раскрытие наиболее полно темы экскурсии. Маршрут должен отвечать требованиям безопасности, быть логичным. Расстояния от одного объекта до другого не должны быть слишком большими, время переезда не более 15 мин. Возле объекта должна находиться смотровая площадка, благоустроенная парковка, санитарная зона.

В экскурсоведении выделяют три вида построения маршрута: хронологический, тематический и тематико-хронологический. На экскурсии, в которой используют хронологический маршрут, объекты выстраиваются в соответствии с проживанием человека какого-либо этапа или в соответствии с ходом каких-либо действий. Примером может служить экскурсия, посвященная жизни и творчеству А. С. Пушкина. По тематическому принципу построены экскурсии, связанные с раскрытием определенной темы в жизни человека или города. Последний вид используется при проведении обзорных экскурсий. Хронология соблюдается только при раскрытии подтемы.

Рекомендуется разрабатывать несколько вариантов движения группы, учитывая особенности города. После составления маршрута экскурсии экскурсоводы переходят к этапу объезда маршрута. В этой процедуре принимают участие представители творческой группы, экскурсовод, водитель, руководитель экскурсионного бюро.

При совершении объезда ставятся задачи:

- 1) ознакомиться с улицами, площадями, по которым проложен маршрут;
- 2) уточнить место расположения объекта и место предполагаемой остановки;
- 3) освоить подъезд на автобусе к объектам или местам стоянок;
- 4) провести хронометраж времени, необходимого для показа объектов, их словесной характеристики и передвижения автобуса (пешеходной группы), а также уточнить продолжительность экскурсии в целом;
- 5) проверить целесообразность использования намеченных объектов показа;
- 6) выбрать лучшие точки для показа объектов и варианты расположения экскурсионной группы;
- 7) выбрать методику ознакомления с объектом;
- 8) в целях безопасности передвижения туристов по маршруту выявить потенциально опасные места и принять меры.

Далее составляется контрольный текст экскурсии. Он призван раскрыть все подтемы, входящие в экскурсию, определить тематическую направленность, сформировать определенную точку зрения на события и факты. Краткость, четкость формулировок, необходимое количество фактического материала, наличие информации по теме, полное раскрытие темы, художественно-публицистический стиль написания – это основные требования к тексту. Далее проектная группа приступает к формированию «портфеля экскурсовода». Необходимо сначала разобраться, что означает данный термин. «Портфель экскурсовода» – это условное наименование комплекта наглядных пособий, используемых в ходе проведения экскурсии.

Эти пособия обычно помещаются в папке или небольшом портфеле. Одной из задач «портфеля экскурсовода» является восстановление недостающих звеньев экскурсии, показ первоначального облика объекта или будущего. В него входят фотографии, схемы, макеты, муляжи, копии документов, рисунки, образцы продукции, географические карты. Содержание портфеля основывается на теме экскурсии. Последующим этапом в работе творческой группы будет выбор методических приемов проведения экскурсии. Работая над этим этапом, экскурсоводы отбирают наиболее эффективные методы показа и рассказа, которые, в свою очередь, зависят от аудитории и времени проведения экскурсии. Также здесь проводится работа над определением приемов сохранения внимания и активизации процесса восприятия экскурсионного материала.

6 Индивидуальное задание

Формирование экскурсионного маршрута по Приморскому краю

Формирование экскурсионного маршрута по Приморскому краю требует учета множества факторов, чтобы обеспечить интересный и безопасный опыт для туристов. Аспекты, которые стоит учесть:

1. Определение целевой аудитории;
2. Выбор маршрута;
3. Продолжительность и тематика экскурсии;
4. Транспорт;
5. Проживание;
6. Питание;
7. Безопасность;
8. Гиды и экскурсоводы;
9. Оформление документов;
10. Обратная связь.

Многo был составлен экскурсионный маршрут, который проходит по территории охранной зоны заповедника «Ханкайский» юго-восточного побережья озера Ханка. В экскурсионную программу входит обзор ландшафтов Приханкайской низменности, общее знакомство с водно-болотным угодьем бассейна оз. Ханка и с озером в целом, наблюдения за растительным и животным миром заповедника.

Он рекомендуется для научных сотрудников, учителей и школьников различных возрастных категорий, а также для любителей природы из России, иностранных граждан, в т.ч. не имеющих специального опыта прохождения экомаршрутов.

Создание экскурсионного маршрута по Приморскому краю – это увлекательный процесс, который требует тщательной подготовки и внимания к деталям. Учитывая интересы и предпочтения туристов, можно создать незабываемый опыт, который оставит положительные впечатления о регионе.

Маршрут экскурсии – тщательно разработанный путь перемещения экскурсионной группы, связанный с процессом последовательного показа объектов и рассказом о них. Это основной элемент технологии экскурсионного обслуживания. Его разработка требует определенных умений и навыков.

Построение маршрута определяется:

1. темой экскурсии;
2. местом расположения объектов.

Обязательные требования к разработке маршрута:

- обеспечение логической последовательности показа объектов и рассказа о них;
- наличие зрительной основы для раскрытия темы;
- компактность расположения объектов;
- доступность (наличие подъездных путей и площадок для показа);
- исключение повторности проездов («петель»);
- возможность переходить (переезжать) от данного объекта к другому не более чем за 10–15 мин;
- эстетическая ценность ландшафта по пути следования.

Экскурсионные маршруты разрабатываются в соответствии со следующими принципами:

- хронологическим;
- тематическим;
- комплексным (тематико-хронологическим).

«Хронологический» принцип требует показа объектов с момента их возникновения. Это особенно важно для экскурсий исторической тематики, а также литературно-биографических.

Большинство экскурсий строится по тематическому принципу.

«Комплексный» (тематико-хронологический) принцип определяет обзорные (многоплановые) экскурсии, задавая последовательность представления подтем.

Целесообразно составлять несколько вариантов маршрутов следования группы, чтобы избежать неудобств в непредвиденных обстоятельствах (ремонт дороги, обустройство территории и др.).

Все разрабатываемые маршруты должны быть хотя бы раз пройдены с той целью, чтобы была возможность их подкорректировать, определить время движения по маршруту, расстояние между объектами.

После разработки маршрута проводится его объезд или обход для уточнения пути следования экскурсионной группы. При этом проверяются:

- трасса движения;
- последовательность расположения экскурсионных объектов;
- наличие подъездных путей к объектам;
- наличие мест стоянок для транспорта;
- основные и резервные точки экскурсионного показа;
- время переезда (перехода) от одного объекта к другому (хронометраж);
- продолжительность экскурсии.

После объезда (обхода) составляется уточненная схема маршрута – путь следования экскурсионной группы, вычерченный на отдельном листе, где обозначаются: начало маршрута, объекты показа, остановки для их наблюдения, места выхода группы к объектам, конец маршрута. В практике экскурсионной работы иногда возникает необходимость иметь несколько экземпляров схемы маршрута: для экскурсовода, водителя транспортного средства, работников Госавтоинспекции. Если того требуют нормативные акты, схема должна быть согласована с Госавтоинспекцией до проведения экскурсии.

Контрольный текст – это материал экскурсии, тщательно подобранный, выверенный и изученный по источникам информации, раскрывающий все подтемы экскурсии, содержащий факты и события, характеризующие основные вопросы каждой из подтем. Его изложение соответствует теме и цели экскурсии. Данный текст является основой для создания вариантов экскурсий на определенную тему и выполняет контрольные функции. Он может дополняться материалами, связанными с объектами и подтемами, не включенными в маршрут данной экскурсии.

Вывод: в ходе прохождения практики я поняла, что выбор туристской организацией наиболее эффективных средств по привлечению потребителя к экскурсионному маршруту невозможен без четкой проработки самого процесса принятия решения о покупке продукта потенциальным туристом. А успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, качественными и интересными маршрутами. Но помимо привлекательности, важно так же и качество продукта, с которым отлично справляется туркомпания «Диалог Народов».

Заключение

По результатам работы можно сформулировать ряд выводов. На туристское предприятие постоянно оказывается давление со стороны конкурентов, для того чтобы максимизировать прибыль фирме необходимо быть лучше конкурентов. Всякой фирме противостоит широкий спектр конкурентов. Рыночная теория гласит, что для того, чтобы преуспеть в бизнесе, фирма должна удовлетворять потребности клиентов лучше, чем ее конкуренты.

За время прохождения практики было сформировано комплексное представление о специфике работы на туристских предприятиях. Сформирована способность применять методы проектирования в туризме. Сформированы способности к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно – коммуникативных технологий. (Приложение В. Заявка на бронирование)

Приобретены практические навыки самостоятельной работы с клиентами и партнерами туротдела и опыт работы по специальности менеджер по туризму. Совместно с руководителем практики Кавецкой Яной от предприятия «Диалог Народов» были разработаны и реализованы несколько новых программ туров в КНР, по Приморскому краю, также в период прохождения практики была изучена документация по транспортному обеспечению маршрутов, информация по авиаперелетам (бронирование, оформление, условия аннуляции авиабилетов, а также условия их приобретения по различным акциям авиакомпаний; сроки действия, стыковки и т.п.), страхованию (оформление страховых медицинских полисов компании, страхование на время авиаперелета, типы и категории страховок, покрытие и т.п.), подбору документов для визирования в различные страны.

Кроме того, были получены навыки ведения деловой переписки с партнерами, клиентами, администрацией, оформления турпакета (оформление документов, составление программы тура, информационного листка, договора с туристом и т.п.), оформления страховых медицинских полисов и страхования на время авиаперелета, подбор документов для оформления визы (Шенген), были постигнуты азы продажи туров (телефонный разговор – встреча и рассказ о маршруте – продажа – бронирование тура – подбор документов и оформление необходимой документации). На сегодняшний день ООО «Диалог народов» на рынке туристских услуг занимает достойное место, и может конкурировать с крупными фирмами, в этом заслуга трудового коллектива фирмы, который старается продумывать путешествие клиента вплоть до мелочей, сделать его безопасным и интересным. Все это выполняется с удовольствием и рабочим азартом, поэтому клиенту с сотрудником компании всегда легко достигнуть взаимопонимания.

Список использованных источников

- 1 Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Москва : – 214 с. (Дата обращения 16.12.2024)
- 2 Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие Н.А. Агешкина. – Москва : ИНФРА–М, 2021. – 567 с. (Дата обращения 16.12.2024)
- 3 Баранов, А. С. Информационно–экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА–М, 2021. – 383 с. (Дата обращения 18.12.2024)
- 4 Безопасность в туризме : учебно–методическое пособие / сост. С. Ю. Махов. – Орел : МАБИВ, 2020. – 118 с. (Дата обращения 18.12.2024)
- 5 Боголюбов, В. С. Туристско–рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. – 2–е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 256 с. (Дата обращения 18.12.2024)
- 6 Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. П. Бугорский. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 165 с. (Дата обращения 19.12.2024)
- 7 Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / С. А. Быстров. – Москва : – 400 с. (Дата обращения 19.12.2024)
- 8 Грошев, И. В. Туризм для лиц пожилого возраста : монография / И.В. Грошев, Е.П. Корчагин. – Москва : ИНФРА–М, 2021. – 303 с. (Дата обращения 19.12.2024)
- 9 Губа, Д. В. Лечебно–оздоровительный туризм : курорты и сервис : учебник / Д. В. Губа, Ю. С. Воронов. – Москва : Спорт, 2020. – 240 с. (Дата обращения 19.12.2024)
- 10 Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация и классификация в туризме : практическое пособие / Г. М. Дехтярь. – 4–е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 412 с. (Дата обращения 20.12.2024)
- 11 Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 5–е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 291 с. (Дата обращения 20.12.2024)
- 12 Морозов, М. А. Экономика организации туризма : учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – 5–е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 291 с. (Дата обращения 20.12.2024)
- 13 Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум / 2021. – 210 с. (Дата обращения 21.12.2024)
- 14 Официальный сайт туристической компании ООО «Диалог народов» – Электронный ресурс – Тип доступа – <https://fregataero.ru/> (Дата обращения 21.12.2024)

Приложение Б

Лого компании



Рисунок Б.- 2 Лого ООО «Диалог Народов»

Приложение В

Заявка на бронирование

Заявка на бронирование

(дата)

1. Сведения о Туристе:

(на русском и/или на английском языках)

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Пол (муж., жен.)	Дата рождения	Данные документа, удостоверяющего личность
1.			
2.			
Итого:	_____ чел. совершеннолетних, _____ детей до 18 лет		

2. Информация о потребительских свойствах туристского продукта 2.1. Программа пребывания, маршрут и условия путешествия:

Страна, город/курорт	Даты пребывания, количество дней/ночей начало/окончание
	___/___/___ - ___/___/___
	___/___/___ - ___/___/___

2.2. Средство размещения:

Наименование (место нахождения, средства размещения)	Категория средства размещения (при наличии)	Даты заезда и выезда

2.3. Условия проживания

Категория номера	Тип размещения в номере (количество человек в номере)	Категория питания

2.4. Информация об услугах перевозки

Маршрут	Класс обслуживания	Номер рейса	Дата/время	Примечание

2.5. Услуги по перевозке в стране (месте) временного пребывания:

Фамилия, имя, отчество (при наличии) Туриста	Маршрут перевозки	Тип трансфера (при наличии) ⁵	Категория транспорта/вид транспорта

2.6. Экскурсионная программа (при наличии, включая информацию о наличии экскурсовода (гида) и (или) гида-переводчика и (или) инструктора-проводника):

2.7. Иные дополнительные услуги:

Наименование услуги	Характеристики услуги:

3. Общая цена Туристского продукта в рублях:

Общая цена:

Сумма цифрами: _____

Сумма прописью: _____

4. Сведения о договоре добровольного страхования в пользу Туриста⁶

(указываются сведения о договоре добровольного страхования либо сведения об отсутствии такого договора)

С информацией о потребительских свойствах Туристского продукта, дополнительной информацией, указанной в приложении к настоящей Заявке на бронирование, Заказчик ознакомлен в полном объеме.

Заказчик: _____

(фамилия, имя, отчество (при наличии) (подпись)

Исполнитель: _____ / _____ /

(фамилия, имя, отчество (при наличии) (подпись) м. п. (при наличии)

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Студентка Михайлова Милена Андреевна

обучающаяся на 2 курсе, по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

направляется на производственную практику по ПМ.03. Освоение профессии рабочего, должности служащего (Ассистент экскурсовода (гида))

в объеме 72 часов

в период с «11» декабря 2024 г. по «24» декабря 2024 г.

в организации 692756, Приморский край, город Артем, Орловская ул., д. 67 к. 1, офис 217

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
1.	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики; согласование плана практики; получение индивидуального задания на практику.	0,5
2.	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности на предприятии; общее ознакомление с процессом работы на данном предприятии.	0,5
3.	Ознакомление с предприятием	6
4.	Проведение маркетинговых исследований рынка экскурсионных услуг.	27
5.	Разработка экскурсионного маршрута (по видам туризма).	26
6.	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета по практике.	12

Дата выдачи задания «11» декабря 2024 г.

Срок сдачи отчета по практике «24» декабря 2024 г.

Руководитель


подпись

Ермолович Л.О.
Ф.И.О.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент Михайлова Милена Андреевна
обучающийся на 2 курсе по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство
прошел производственную практику по ПМ.03. Освоение профессии рабочего, должности
служащего (Ассистент экскурсовода (гида))
в объеме 72 часов в период
с 11 декабря 2024 г. по 24 декабря 2024 г.
в ООО «Диалог Народов – 1» 690090, Приморский край, г. Владивосток, ул. Светланская,
д. 9В, этаж 2, офис 2.

наименование организации

Виды и качество выполнения работ в период прохождения практики:

Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
ПК3.1 Информировать и организовывать поддержку экскурсовод (гида) при оказании экскурсионных услуг	Разработка экскурсионного маршрута (по видам туризма).	отлично
ПК3.2 Осуществлять вспомогательную деятельность по сопровождению при оказании экскурсионных услуг	Проведение маркетинговых исследований рынка экскурсионных услуг.	отлично
ПК3.3 Обеспечивать организацию оказания экскурсионных услуг	Разработка экскурсионного маршрута (по видам туризма).	отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоены на базовом уровне

Дата 24 декабря 2024 г.

Оценка за практику 5

Руководитель практики от предприятия



[Signature]
подпись

Кавецкая Я.Г.
Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

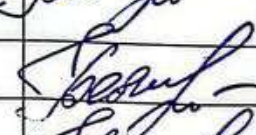
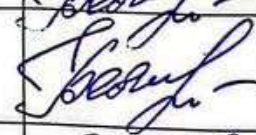
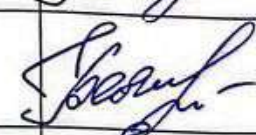
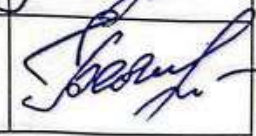
Студентка Михайлова Милена Андреевна
Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство
Группа С-ТГ-23-Т1

Место прохождения практики ООО «Диалог народов – 1»
Сроки прохождения с 11 декабря 2024г. по 24 декабря 2024г.

Инструктаж на рабочем месте «11» декабря 2024 г
дата

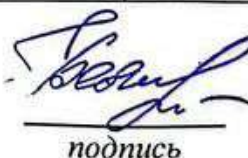

подпись

Кавецкая Я.Г
Ф.И.О. инструктирующего

Дата (период)	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
11.12.2024	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики; согласование плана практики; получение индивидуального задания на практику.	5	
11.12.2024	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности на предприятии; общее ознакомление с процессом работы на данном предприятии.	5	
12.12.2024	Ознакомление с предприятием	5	
13.12.2024- 17.12.2024	Проведение маркетинговых исследований рынка экскурсионных услуг.	5	
18.12.2024- 21.12.2024	Разработка экскурсионного маршрута (по видам туризма).	5	
23.12.2024- 24.12.2024	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета по практике.	5	

Руководитель практики от предприятия




подпись

Кавецкая Я.Г
Ф.И.О.

Характеристика

За время прохождения производственной практики в туристической фирме «Диалог народов» студентка Михайлова Милена Андреевна проявила себя дисциплинированной, стремящейся к получению знаний, навыков и умений, необходимых в данной области управления. Основной задачей ее практической работы стало ознакомление с основными аспектами работы предприятия ООО «Диалог народов». Под руководством опытных специалистов турфирмы, изучала основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы; трудовое законодательство; структуру и штат предприятия, его профиль, специализацию и перспективы развития; кадровую политику и стратегию предприятия.

За период практики приобрела следующие компетенции:

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

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

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

Оценка руководителя от практики – отлично.

Руководитель практики от организации



Я.Г.Кавецкая

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Михайлова Милена Андреевна

Подразделение Академический колледж Группы С-ТГ-23-Т1

согласно приказу ректора № _____ от _____ года
направляется в ООО "Диалог Народов-1", г. Артем

для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство» на срок 2 недели с 11.12.2024 года по
24.12.2024 года.

Руководитель практики Ермолов Д.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО «Диалог народов-1»	11.12.2024	
ООО «Диалог народов-1»	24.12.2024	

