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

ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
 по профессиональному модулю
ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм

период с «22» июня по «28» июня 2021 года

Студент группы С-ТУ-20


подпись

Наврузова З.А.

Наименование предприятия: ООО «Аэростат»

Руководитель практики от предприятия


подпись

Шеховцова Ю.В.

Отчет защищен:

с оценкой



Руководитель практики от ООО



Ермолович Л.О.

Владивосток 2021

Содержание

Введение.....	4
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Аэроstat»	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Аэроstat».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	6
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	8
1.5 Перспективы развития предприятия.....	13
2 Организационно-технологические аспекты деятельности ООО «Аэроstat»	16
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	18
4 Система обеспечения безопасности.....	19
5 Формирование профессиональных компетенций за время прохождения практики.....	21
6 Индивидуальное задание.....	25
Заключение.....	29
Список использованных источников.....	30
Приложение А. Схема проезда к ООО «Аэроstat».....	31

Введение

Индустрия туризма – это соответственный производственный комплекс, который включает в себя много отраслей, занимающихся развитием туризма и создающих условия для путешествий и отдыха. Другими словами, индустрия туризма производит туристический продукт, который востребован как на внешнем, так и на внутреннем рынке.

Индустрия туризма включает в себя:

1. Комплекс предприятий государственной и частной формы собственности производственной сферы.
2. Комплекс государственных и частных учреждений непроизводственной сферы.

Оба комплекса предоставляют туристические услуги и производят товары туристического спроса.

Главной задачей индустрии туризма является создание качественного и востребованного туристического продукта. Подавляющее большинство российских турфирм в силу недостаточного профессионализма, отсутствия опыта, маломощности не смогли включиться в активную работу по приему и обслуживанию иностранных туристов. Они выбрали для себя более легкий бизнес — организацию поездок российских туристов за границу.

Туристские агентства являются более многочисленным классом предприятий туристского бизнеса, по своей численности они в несколько раз превышают число туроператоров. В отличие от туроператоров они более гибко приспосабливаются к текущей конъюнктуре туристского рынка. К тому же создание или ликвидация турагентства не связаны с большими организационными и финансовыми усилиями.

В соответствии с учебным планом я проходила учебную практику с 11 мая 2021 г. по 21 июня 2021 г. в ООО «Аэростат».

Целью прохождения практики является закрепление теоретических знаний и приобретение практического опыта и навыков организации (предприятия) туристской деятельности и изучение его работы.

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

- проанализировать деятельность турагентства;
- рассмотреть основные службы турагентства;
- рассмотреть содержание работы тур агентов турфирмы;
- изучить функциональные обязанности персонала, и их должностные инструкции;
- изучить культуру предприятия.

При написании отчета были использованы материалы из учебной и дополнительной литературы, а также интернет ресурсы, статистические сборники, периодические источники.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Аэроstat»

1.1 История создания и развития предприятия

Туристическая компания «Аэроstat» была зарегистрирована 11 марта 2012 года.

Портфель компании насчитывает более 30 стран, сегодня в ее ассортименте такие направления, как: Австрия, Андорра, Беларусь, Болгария, Венгрия, Греция, Грузия, Доминикана, Египет, Израиль, Индонезия, Испания, Италия, Китай, Кипр, Куба, Латвия, Литва, Маврикий, Мальдивы, Мексика, ОАЭ, Португалия, Россия, Сейшелы, Таиланд, Турция, Франция, Чехия, Шри-Ланка, Эстония.

Пакетные предложения сформированы на базе чартерных и регулярных рейсов ведущих авиакомпаний мира с современным авиапарком. Среди них Aeroflot, iFly, S7 Airlines, Aegean Airlines, Ural Airways, Thai Airways, Emirates, Yakutia, Qatar Airways, Yamal, Air Baltic и другие.

В отельной сфере партнеры туроператора — ведущие гостиничные цепочки, среди них Marriott, Sheraton, Hilton, Jumeirah, Radisson, Aldemar, Grecotel, Le Meridien, Sol Melia, Princess, Hilton, Iberostar, Four Seasons, Icos и др.

Во всех странах клиентов обслуживают высококвалифицированные сотрудники с большим опытом работы в туристической сфере, обеспечивающие поддержку туристов на отдыхе и оперативное решение любых вопросов.

Туристическая компания «Аэроstat» расположен по адресу Россия, 690025, Владивосток, ул. ул. Семеновская, 29. Телефон – 8 (423) 253-03-67 (Приложение А).

Таким образом, туристическая компания «Аэроstat» располагается в центре города Владивостока, чем является стильной и современной туристической компанией представительского класса.

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

Туристическая компания «Аэроstat» – это общество с ограниченной ответственностью; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей в уставном капитале общества.

Основным нормативным документом «Аэроstat» является Устав, согласно которому:

– общество создано без ограничения срока его деятельности.

– целью Общества является извлечение прибыли и удовлетворение общественных потребностей туристов.

– общество имеет гражданские права и несет гражданские обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами Российской Федерации.

– отдельными видами деятельности, перечень которых определяется федеральными законами, общество может заниматься только на основании специального разрешения.

По закону до потребителя требуется донести такие сведения, как:

– официальная регистрация формы, изготавливающей, продающей продукт или исполняющей услуги;

– регистрирующее ведомство;

– наличие лицензии и аккредитации для определенных сфер деятельности.

В ТК «Аэроstat» имеются следующие учредительные документы:

– приказ «О запрете курения на территории ТК Аэроstat»;

– правила противопожарного режима в РФ;

– памятка руководителю группы;

– бесплатные услуги ТК Аэроstat»;

– сертификат соответствия;

– правила предоставления туристских услуг в ООО «Аэроstat»;

– приказ «О ценах на ущерб имущества тур компании»;

– постановление об утверждении Правил предоставления туристских услуг в Российской Федерации;

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура управления – это совокупность отделов и служб, занимающихся построением и координацией функционирования системы управления, разработкой и реализацией управленческих решений.

Организационная структура управления «Аэроstat» направлена на решение двух основных задач. Первая – задача рациональной организации труда на каждом рабочем месте. Вторая – задача мотивации каждого работника организации к производительному и качественному труду.

Организационная структура предприятия ООО «Аэроstat» представлена на рисунке 1.

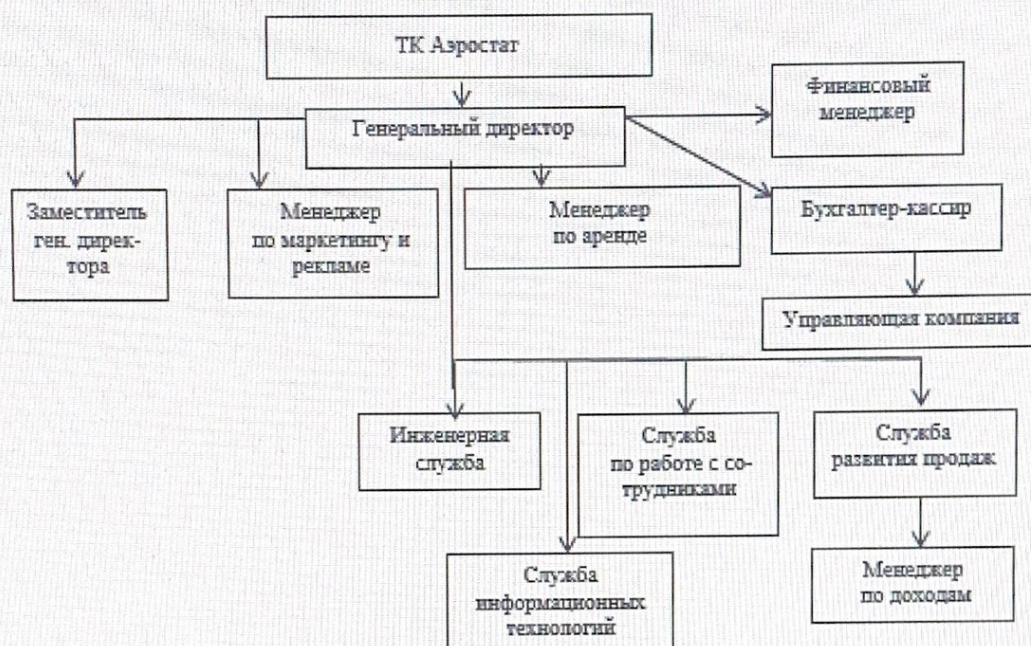


Рисунок 1 – Организационная структура «Аэроstat»

К функции генерального директора относятся [3]:

- 1) организует и обеспечивает эффективную деятельность турагентства;
- 2) осуществляет контроль за качеством обслуживания клиентов, правильным использованием, учетом и распределением жилых номеров и мест, а также соблюдением паспортного режима;
- 3) направляет работу персонала и служб турагентства на обеспечение сохранности и содержания помещений и имущества в исправном состоянии в соответствии с правилами и нормами эксплуатации, бесперебойной работы оборудования, внешнего благоустройства, соблюдение санитарно-технических и противопожарных правил;
- 4) обеспечивает ведение и своевременное представление отчетности о хозяйственно-финансовой деятельности турагентства;
- 5) обеспечивает правильное сочетание экономических и административных методов руководства.

Генеральный директор осуществляет оперативное управление деятельностью ООО «Аэроstat» свою деятельность он осуществляет в соответствии с действующим законодательством РФ.

Менеджер по маркетингу и продажам рассматривает такие вопросы, как:

- изучение рынка и рыночных тенденций
- выбор целевого рынка
- разработка конкурентного преимущества

– управление отношениями с клиентами

Туристское предприятие должно иметь комплект действующих нормативных документов по обеспечению безопасности туристов и руководствоваться ими в своей деятельности. Турфирмы, заботящиеся о безопасности своих клиентов, могут рассчитывать на услуги профессиональных телохранителей.

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.

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.

1.4 Основные задачи, виды деятельности услуг предприятия

Одной из главных задач управления тур предприятием в условиях рыночной экономики является определение целей, ради достижения которых оно создается и функционирует.

Целевая функция начинается с установления миссии тур предприятия, выражающей его смысл. В миссии дается представление о назначении предприятия, необходимости и полезности его деятельности для общества в целом и конкретно для сотрудников. Центральным моментом миссии являются интересы, ожидания и ценности потребителей туристской продукции или услуг, а также поставщиков, дистрибьюторов, конкурентов и других лиц, в которых заинтересована туристская организация.

Миссии ТК Аэростат:

1) «производство и реализация турпродукта и услуг, доступных широкому кругу потребителей с различным уровнем дохода»;

2) «наша цель - это решение проблем клиентов, создание комфорта и забота об условиях их труда и отдыха»;

3) «качество - неотъемлемая часть нашей продукции и услуг»

Миссия образует фундамент для установления целей тур предприятия в целом, его подразделений и функциональных подсистем (маркетинг, производство, персонал, финансы, менеджмент), каждая из которых ставит и реализует свои цели, логически вытекающие из общей цели предприятия.

Цели «ТК «Азростат»:

1) фирма должна стремиться к стабильному положению на рынке за счет выявления и продвижения конкурентных преимуществ;

2) достижение долгосрочного сотрудничества с любым клиентом, обратившимся в фирму;

3) увеличение прибыли турфирмы.

Все цели тур предприятия должны отвечать определенным требованиям, во-первых, цели предприятия должны быть конкретными и поддаваться измерению. Благодаря этому можно более обоснованно определить, насколько эффективно тур предприятие действует для осуществления своих целей, во-вторых, цели Тур предприятия должны быть ориентированными во времени, то есть иметь конкретные горизонты прогнозирования, в-третьих, цели предприятия должны быть достижимыми и обеспечивать повышение эффективности его деятельности, в-четвертых, с позиции динамики эффективности производства множественные цели предприятия должны быть взаимно поддерживающими, то есть действия и решения, необходимые для достижения одной цели, не могут препятствовать реализации других целей.

Своей задачей фирма поставила по возможности освободить своих клиентов от необходимости работать с несколькими поставщиками услуг. Тем самым у них есть возможность заказать все необходимые услуги в одном месте и получить их на одинаково высоком профессиональном уровне.

Так же существует ряд других задач:

1) предоставление объективной информации обо всех туроператорах, которая основывается на отзывах клиентов;

2) сделать все возможное, чтобы отдых клиентов был одним из самых ярких и запоминающихся событий в жизни;

3) завоевание психологического имиджа и позиции у потребителей;

4) организация эффективного управления, и повышения качества услуг;

5) стремится в своей работе к постоянному совершенствованию, воплощать новые идеи;

б) обеспечение высокого уровня обслуживания населения на основе дифференцированного подхода к разным группам клиентов.

Иное может привести к возникновению конфликтной ситуации между подразделениями предприятия, ответственными за достижение различных целей.

В реальных условиях эти цели должны быть конкретизированы и количественно измерены с помощью соответствующих показателей.

В условиях рыночной экономики важно не только моделирование иерархической структуры целей, но и анализ изменения целей туристского предприятия за определенный момент времени.

В условиях рыночной экономики каждое туристское предприятие как сложная производственно-экономическая система осуществляет ряд конкретных видов деятельности, которые, исходя из критерия родственности, можно объединить в отдельные основные направления.

Определяющим направлением деятельности каждого предприятия является изучение рынка товаров, или ситуационный анализ. Такой анализ должен предусматривать комплексное исследование рынка, уровня конкурентоспособности и цен на продукцию, анализ требований и предпочтений покупателей турпродукта, изучение методов формирования спроса и каналов сбыта, анализ внешней и внутренней среды Тур предприятия.

Результаты изучения рынка товаров служат базой для обоснования конкретных путей совершенствования и развития инновационной деятельности туристского предприятия. Инновационная деятельность Тур предприятия охватывает научно-технические разработки, внедрение технических, организационных и других нововведений (использование новейших систем онлайн бронирования, автоматизированных систем по обработке и хранению информации), формирование инвестиционной политики на ближайшие годы, определение объема необходимых инвестиций.

Следующим, причем наиболее сложным по объему организационно-технических задач направлением является производственная деятельность тур предприятия. Из всей совокупности постоянно осуществляемых мероприятий, составляющих производственную деятельность, наиболее важными необходимо считать: создание конкурентоспособного продукта или услуги, решение организационных, технических, технологических аспектов туристской деятельности.

В конечном итоге цели предприятия должны быть четко сформулированы для каждого вида его деятельности, что является важным для субъекта хозяйствования, который стремится видеть и измерять результаты этой деятельности.

Эффективность инновационно-производственных процессов, постоянно осуществляемых на каждом тур предприятии определяется уровнем коммерческой деятельности, значимость которой в условиях рынка существенно возрастает. К данному виду деятельности относят следующие мероприятия: разработка и проведение рекламных и других мероприятий с целью расширения сбыта турпродукта или услуг; участие тур предприятия в выставках ярмарках, семинарах, проводимых в Беларуси и за рубежом, выбор партнеров и поставщиков, проведение переговоров, деловая переписка, заключение контрактов.

К интегрированному направлению, охватывающему много конкретных видов, принадлежит экономическая деятельность Тур предприятия. В частности, она включает: стратегическое и текущее планирование, учет и отчетность, ценообразование, систему оплаты труда, ресурсное обеспечение производства, внешнеэкономическую и финансовую деятельность и др. Это направление является определяющим для оценки и регулирования всех элементов системы хозяйствования на предприятии.

Особое значение имеет социальная деятельность, поскольку она существенно влияет на эффективность всех других направлений и конкретных видов деятельности (инновационной, производственной, коммерческой, экономической), результативность которых непосредственно зависит от уровня профессиональной подготовки и компетентности всех категорий работников, действенности применяемого мотивационного механизма, постоянно поддерживаемых на надлежащем уровне условий труда и жизни трудового коллектива. Она включает: экономическое и моральное стимулирование персонала; создание условий для проявления творческого потенциала работников; повышение профессиональной квалификации персонала. «Эффективное управление персоналом должно стать приоритетным и наиболее важным направлением деятельности тур предприятия в условиях социально ориентированной рыночной экономики.

Таким образом, цели туристского предприятия выражают собой управленческое обязательство добиться конкретных результатов в определенных временных рамках. Выделяют четыре сферы, применительно к которым организации устанавливают цели, исходя из своих интересов: доходы организации, работа с клиентами, потребности и благосостояние сотрудников, социальная ответственность. Данные сферы предопределяют приоритетные направления деятельности предприятия в условиях рынка (инновационная, производственная, коммерческая, экономическая). В зависимости от специфики тур предприятия, особенностей состояния среды, характера и содержания миссии в каждом тур предприятии устанавливаются свои собственные цели, особенные как по набору параметров организации, так и, по количественной оценке, этих параметров. Однако, несмотря на различие целей и направлений деятельности

предприятий сферы туризма, обязательное их достижение является основополагающим фактором для успешного функционирования предприятия в условиях рыночной экономики.

В условиях экономических изменений современная туристическая фирма, как и любое предприятие, производящее товары или услуги, сталкивается с множеством проблем. Источниками повышенной сложности управления являются высокая степень неопределенности рыночной ситуации, сезонная нестабильность спроса на туристические услуги, ужесточение конкуренции в туристическом бизнесе, нехватка финансовых ресурсов и т.д. В таких условиях фирма не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью. Возникает необходимость стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства реализации выбранного пути развития.

Четко сформулированная миссия способствует распространению среди сотрудников чувства общих ожиданий и служит формированию и распространению имиджа фирмы в сознании важных заинтересованных лиц, которые тем или иным образом могут влиять на цели компании. «Стратегическое видение определяет то, чем компания должна стать в будущем, тогда как миссия отражает главное ее намерение в настоящем и объясняет причины ее существования, природу бизнеса, в котором она действует, а также указывает, каких именно потребителей она стремится привлечь, обслужить и удовлетворить»

Никакая организация не может успешно выживать в конкурентной среде, если она не имеет четко определенных ориентиров, направлений, которые задают то, к чему она стремится, чего она хочет добиться своей деятельностью.

Своей задачей фирма поставила по возможности освободить своих клиентов от необходимости работать с несколькими поставщиками услуг. Тем самым у них есть возможность заказать все необходимые услуги в одном месте и получить их на одинаково высоком профессиональном уровне.

Иными словами, тур предприятие стремится к увеличению потока туристов, и соответственно прибыльности, способствующей укреплению своего финансового состояния и конкурентоспособности.

Как правило, тур предприятия в условиях рыночной экономики преследуют не одну, а несколько целей, которые важны для их функционирования и развития.

1.5 Перспективы развития предприятия

Перспективы развития ТК Аэростат невозможны без сокращения рисков. Да, турфирмы не могут существенно повлиять на внешнюю среду, например, на уровень жизни или на политическую ситуацию. Но им под силу приспособиться к этой среде.

Для сглаживания экономических рисков, можно использовать специальные предложения для группы клиентов с меньшей платежеспособностью. Для тех, кто хочет побывать в Европе, это может быть тур по Чехии, Венгрии и Словакии. Возможны также такие варианты, как Греция и Черногория. Также достаточно доступными остаются туры в ЮАР и Тунис, которые можно подобрать на наиболее выгодных условиях. Для желающих посетить Азию достаточно недорогими являются путевки в Шанхай (Китай) или в Тайвань. Для сглаживания валютных рисков применяется хеджирование. Для сглаживания политических рисков важно находиться в курсе последних новостей, исследовать положение дел в странах, куда продаются путевки, чтобы, по возможности, отказываться от слишком рискованных вариантов. Также необходимо находиться в курсе последних нормативно-правовых актов, законодательства, как России, так и стран, куда компания отправляет туристов.

Для минимизации риска отмены заказа используется метод тайм-лимитов по аннуляции тура с установлением соответствующих штрафных санкций.

Стратегической целью развития туристической индустрии в России можно назвать создание конкурентоспособного на мировом рынке туристического продукта, способного максимально удовлетворить туристические потребности населения страны, обеспечить на этой основе комплексное развитие территорий и их социально-экономических интересов при сохранении экологического равновесия и историко-культурного состояния окружающей среды.

Очень важным для развития туризма в России и успешной деятельности таких турфирм, как ООО «Аэростат», является создание пакетных туров внутри страны. Туристы любят путешествовать организованно: группами, с приездом и размещением, экскурсионной программой. Такие путешествия гораздо экономичнее для туристов. Поэтому важным является создание туров на Эльбрус, в Долину гейзеров, остров Кижи, озеро Байкал, город Суздаль и т.д. Также следует наладить пляжный туризм. Ведь если клиент приходит в турагентство и спрашивает, где он может отдохнуть на пляже, ему предлагают поехать за границу, в то время как в России есть такие места, как Сочи и Крым, но туристические маршруты туда еще недостаточно проработаны.

Следует отметить, что ТК Аэростат к 2021 году прогнозирует рост доли рынка во въездном туризме России с 1,9% до 2,9%. Количество международных поездок прогнозируют в ко-

личестве 47,1 млн. Но для такого роста необходимо создание условий для становления туризма в России как высокодоходной отрасли экономики, что будет способствовать успешному реформированию всей экономической системы России.

Постепенное увеличение количества работающих, обеспечения более высокого дохода на каждого члена семьи, повышение продолжительности оплачиваемого отпуска и гибкость рабочего времени постепенно расширят сегменты туристического рынка (как поездки с целью отдыха и в период отпусков, посещение тематических парков и культурных мероприятий, осуществление деловых поездок, кратковременных путешествий и маршрутов выходного дня и т.д.).

Одним из важнейших факторов, который влияет на развитие как внутреннего, так и международного туризма, является благосостояние населения. Ежегодное увеличение доходов граждан России приведет к более интенсивной туристической деятельности и, в частности, к увеличению количества потребителей с высокими доходами. В будущем население России будет характеризоваться как имеющее повышенное качество жизни. Отдых, путешествия, искусство, культура станут основными элементами, которые заполняют свободное время человека.

Инфраструктура туризма в России нуждается в улучшении. Необходима реализация действующих норм законодательства в части создания в местах активного отдыха и туризма условий для беспрепятственного доступа к средствам связи, а также для страхования рисков, связанных с прохождением туристами и экскурсантами маршрутов повышенной опасности.

Тем не менее, Россия имеет развитую транспортную сеть, обладает значительными природно-рекреационными и историко-культурными ресурсами, населенная трудолюбивым и гостеприимным народом. Обеспечить надлежащую отдачу от этого мощного потенциала, использовать его в интересах активного отдыха и оздоровления можно только при условии четкой организации туристической деятельности, укрепление существующей и создание новой материально-технической базы, привлечение опытных и квалифицированных кадров.

Таким образом, развитие туризма предполагает необходимость активной государственной поддержки, созданию соответствующей инфраструктуры, рост уровня жизни населения. В России эффективным направлением развития туризма является внутренний туризм с использованием пакетных туров, где клиент может получить все необходимые услуги по путевке.

Управление рисками заключается главным образом в идентификации рисков, их анализе и оценке, и, самое главное, принятии на основе анализа определенных управленческих решений, которые снизят или даже сведут на нет некоторые туристические риски. Главными

методами управления рисками в туризме является установление тайм-лимитов аннуляции тура и страхование.

Выбранная для примера компания «Аэролайн» вносит вклад в ВВП России, реализуя путевки как тур агент. Тем не менее, нельзя не признать тот факт, что туризм за рубежом становится все менее востребованным. Это подтверждают данные о результатах деятельности предприятия за 2014 год, когда произошло резкое сокращение количества проданных путевок на 50,78% и падение стоимости проданных путевок с 173,25 до 93,59 млн. руб.

Как видно на примере ООО «Аэролайн», тур агенты очень подвержены внешним рискам, в особенности политическим, юридическим, экономическим и экологическим. В то же время нельзя забывать и о внутренних рисках, где риск отмены заказов и банкротства достаточно велик. Все эти утверждения особенно ярко подтверждаются последними событиями, связанными с закрытием для въезда граждан России Турции и Египта.

Развитие туризма предполагает необходимость активной государственной поддержки, созданию соответствующей инфраструктуры, рост уровня жизни населения. В России эффективным направлением развития туризма является внутренний туризм с использованием пакетных туров, где клиент может получить все необходимые услуги по путевке.

Иными словами, тур предприятие стремится к увеличению потока туристов, и соответственно прибыльности, способствующей укреплению своего финансового состояния и конкурентоспособности.

Как правило, тур предприятия в условиях рыночной экономики преследуют не одну, а несколько целей, которые важны для их функционирования и развития.

Возможность мобильной покупки тура следует оставить, но наш взгляд, суть мобильного приложения туроператора должна быть в большей мере коммуникативной.

Мы начали реализовывать проект с GDS-турами еще три года назад. Сейчас мы масштабируем его. Что касается наших целей, то, во-первых, мы хотели предоставить нашим туристам возможность летать по выбранным направлениям и расширить их выбор. Хотя у нас очень обширная чартерная полетная программа из регионов, которую мы ежегодно расширяем, регулярные рейсы позволяют охватить значительно больший клиентский сегмент.

Второй целью было качественно усилить наше предложение в сегменте дорогих туров, где туристы не хотят летать чартерами. Наконец, GDS-туры решают и еще одну очень важную бизнес-задачу: они дают возможность создать для туриста дополнительную ценность и комфорт без понижения заработка как тур агента, так и туроператора. На этом продукте можно хорошо зарабатывать.

2 Организационно – технологические аспекты деятельности

2.1 Анализ организации ООО «Аэростат». Культура предприятия.

1) Управляющий директор. Осуществляет административное и коммерческое управление, связь с властями Санкт-Петербурга. Заключает контракты по всем услугам. Контролирует развитие, продажу и повседневную организацию услуг отдыха.

2) Заместитель директора отвечает за разработку программ, продажу и повседневную организацию услуг отдыха.

3) Помощник директора. Исполняет управленческие и секретарские функции для офиса в целом. Отвечает за средства связи и коммуникации (телефон/факс, почта, компьютерные системы), офисную мебель, оформление биз.

4) Офис-менеджеры (Туроператоры) отдела продаж и работы:

- с международным департаментом по Северной Европе;
- с Немецким департаментом и департаментом Южной Европы;
- с международным департаментом по китайскому и индийскому рынкам;
- по заказам в других городах России;
- с контрагентами отелей и услуг;
- по контролю качества, продаж и операций услуг отдыха.

5) Главный финансовый директор (главный бухгалтер). Отвечает за финансовые вопросы, координацию между ведомствами, разработку бюджета и ежемесячных отчетов и докладов по обоим офисам (Владивосток и Санкт-Петербург), сведение годового баланса и консолидированного годового баланса для обоих офисов (Владивосток и Санкт-Петербург), за основные средства, бюджетные расходы, контроль за движением денежных средств в обоих офисах, взаимодействие с банками, налоговыми органами и органами социальной защиты населения, за заработную плату и выставление счетов компаниям холдинга.

6) Бухгалтер. Отвечает за расчеты с местными поставщиками, банковские переводы на местных поставщиков.

Производственная (технологическая) деятельность предприятия включает:

1) Планирование программы пребывания (тура):

- получение запроса от партнера (тура);
- составление программы пребывания (тура);
- калькуляция программы пребывания (тура);

- получение подтверждения от партнера.

2) Подготовка программы пребывания:

- бронирование отеля;
- бронирование гида;
- бронирование ресторанов;
- бронирование музеев;
- бронирование театров;
- бронирование транспорта.

3) Выполнение программы пребывания:

- встреча;
- обслуживание согласно программе пребывания.

Компания за год принимает около 100 000 туристов.

Расходы туристов «Аэроstat» на пребывание в Санкт-Петербурге (проживание, питание, внутренний транспорт, культурная программа, приобретение сувениров) при средней продолжительности пребывания 3,5 суток и средней сумме ежедневных расходов в 6 тыс. руб. оцениваются в 2,1 млрд рублей. Поступления в бюджеты всех уровней в 2014 году только от гостиниц и ресторанов в Санкт-Петербурге через туристов «Аэроstat» составили 88883 тыс. рублей, в том числе региональные и местные налоги и сборы - 8345 тыс. рублей.

ТК «Аэроstat» стремится обеспечивать высокий уровень туристических услуг. Поэтому поддерживает очень строгие стандарты для всех услуг, которые предоставляет. Партнерами фирмы на договорной основе являются известные, надёжные, крупные рестораны, музеи, театры, транспортные компании Владивостока.

К социально-психологическим особенностям деятельности «Аэроstat» относятся ориентированность на клиентов со средним и выше достатком и высоким уровнем культуры. С клиентами сотрудники вежливы и обходительны. Все гиды и водители одеты в специальную форму, говорят на английском или испанском языках и помогают туристам с багажом. В автомобилях компании курить не разрешается.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж тур продукта

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» продвижение туристского продукта - это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и т.п. Иными словами, продвижение турпродукта предполагает проведение различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулирование возникновения у них желания его купить.

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях:

- 1) рекламная кампания;
- 2) стимулирование сбыта (продаж);
- 3) персональные продажи;
- 4) связи с общественностью.

1. Реклама в сфере туризма более актуальна, чем в каких-либо других отраслях. Это обстоятельство связано с индивидуальными свойствами тур услуг (неосвязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления).

Туристские державы расходуют многомиллионные суммы на проведение рекламных кампаний. При этом на каждый затраченный доллар получают, по меньшей мере, 200-300 долларов прибыли.

По функциональным возможностям рекламу можно классифицировать на следующие виды:

- 1) информативная;
- 2) побудительная;
- 3) напоминающая.

Информативная реклама информирует потребителей о новых турах с целью создания первоначального спроса.

Побудительная реклама воздействует на подсознание человека, призывая к покупке.

Напоминающая реклама своей задачей ставит напоминание потребителю о существовании уже хорошо известного тура.

4 Система обеспечения безопасности

Остающимися системы комплексной безопасности являются: подсистемы обеспечения пожарной, медицинской, экологической, финансово-экономической, кадровой, правовой, информационной, физической (личностной) безопасности в туристском предприятии.

Общими мерами обеспечения каждой из этих составляющих подсистем являются типовые мероприятия, направленные на улучшение состояния защищенности туристского предприятия: выявление, предотвращение, нейтрализация, уничтожение различного (соответственно системе) вида угроз.

Стержнем всей системы обеспечения безопасности в ТК является эффективный менеджмент безопасности.

Он обеспечивается безукоризненным выполнением четырех основных функций менеджмента:

- 1) четким планированием (наличием оперативного и долгосрочного планов работ на данном направлении);
- 2) эффективной организацией выполнения этих планов, мобилизацией всех членов коллектива, созданием четкой структуры службы безопасности и охраны, а также структуры подчиненности всех лиц, участвующих в обеспечении безопасности, обеспечением активного взаимодействия службы безопасности со всеми отделами и службами ТК;
- 3) созданием и реализацией четкой, простой, ясной, понятной системы мотивации персонала в решении задач обеспечения комплексной безопасности, вовлеченности буквально каждого работника в эту работу;
- 4) контролем эффективности мер безопасности и обеспечением обратной связи для выявления направлений совершенствования системы безопасности в ТК.

Функции менеджмента безопасности:

- 1) Планирование
 - разработка стратегии ТК в обеспечении безопасности, согласованной с марки Титовой стратегией;
 - анализ экономических факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления менеджмента безопасности;
 - формирование ценовой политики с учетом полноты и эффективности решений в отношении обеспечения безопасности и имиджа ТК как безопасного объекта;
 - долгосрочное и краткосрочное планирование деятельности ТК в отношении обеспечения мер безопасности
- 2) Организация

- организация и управление отношениями ТК во внешней среде (с государственными органами, партнерами, баг псами, страховыми компаниями, другими предприятиями) по вопросам обеспечения безопасности;
- оптимизация ресурсов ТК при решении задач обеспечения безопасности;
- формирование эффективной организационной структуры менеджмента безопасности и управления этой структурой;
- разработка инновационной политики по повышению уровня безопасности;
- «риск-менеджмент»: разработка снижения рисков и организация системы мероприятий по профилактике и минимизации рисков, связанных с недостаточным уровнем обеспечения безопасности в силу финансово-экономических причин.

3) Мотивация.

- формирование у всех без исключения работников ТК творческого, заинтересованного отношения к своей работе и работе по обеспечению безопасности, к мотивации труда, основанной на заинтересованности и на удовлетворенности в таком труде;
- материальное и моральное поощрение работников всех подразделений ТК за участие в программах обеспечения безопасности;
- подбор, расстановка, повышение квалификации и профессионального роста кадров, работающих по программам обеспечения безопасности;
- превращение любого работника ТК в частичного со-предпринимателя, глубоко заинтересованного морально и материально в результатах труда персонала ТК по обеспечению высокого уровня безопасности;
- создание благоприятных условий для самореализации человека в его основной работе и работе по обеспечению безопасности

4) Анализ и контроль

- анализ деятельности ТК в вопросах обеспечения безопасности и информирование генерального менеджера о результатах;
- корректировка планов и проектов ТК, в частности, касающихся вопросов обеспечения должного уровня безопасности;
- контроль полноты и качества исполнения управленческих решений и контроль за работой персонала в вопросах обеспечения безопасности;
- анализ рисков в деятельности, связанных с недостаточным уровнем безопасности.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

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

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

На сегодняшний день в отечественном бизнесе основным видом конкуренции становится не цена и ассортимент предложений, а качество сервиса. Некачественное обслуживание туристов в офисе связано с непочтительным отношением к клиенту. А также привычка многих менеджеров «на глаз» определять степень платежеспособности клиентов, чтобы решить, стоит ли на него тратить время. Такое отношение к людям не только оскорбительно, но и неэффективно.

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.

В информационном листке, выдаваемом туристской фирмой «Азростат» выезжающему за рубеж, продавец указывает сведения, без знания которых туристская поездка будет затруднена или сопровождаться недопустимо высоким уровнем риска для жизни, здоровья и имущества туриста или вообще невозможна.

К указанной информации относятся:

- Сведения о маршруте путешествия (пункты пребывания, продолжительность пребывания, условия размещения и питания в каждом пункте)
- Информация о правилах компании-перевозчика
- Сведения о правилах пребывания иностранных граждан, временно находящихся в стране посещения, включая информацию о порядке прохождения туристских формальностей.

По усмотрению продавца с учетом специфики туристской услуги может предоставляться дополнительная информация (о возрастных ограничениях и др.)

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

Туроператор «Азростат» разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры для их последующей реализации туристам. Туроператор занимается продвижением сформированных туроператором туров: приобретает туры

у туроператора и реализует их потребителю, добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя

Порядок расчетов.

При бронировании «Заказчику» предоставляется информация о стоимости заказываемых услуг. В случае своего согласия со стоимостью заказываемых услуг «Заказчик» направляет свою заявку на бронирование услуг.

Факт отправки заявки признается согласием «Заказчика» со стоимостью бронируемых услуг.

При подтверждении забронированных услуг денежные средства за них должны быть зачислены на расчетный счет «Исполнителя» не позднее 3 рабочих дней до начала обслуживания, но в любом случае не позднее наступления штрафных санкций по аннуляции.

Стоимость услуг рассчитывается только в рублях.

«Заказчику» оплачивает стоимость услуг в соответствии с выставленным «Исполнителем» счетом. «Заказчик» не вправе оплачивать услуги «Исполнителя» до подтверждения «Исполнителем» факта бронирования заказываемых услуг.

«Заказчику» оплачивает забронированные услуги любым способом, который не запрещен законодательством РФ, согласованным с «Исполнителем».

«Заказчику» обязуется проинформировать «Исполнителя» о произведенной оплате.

ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

При отправлении на отдых в другую страну необходимо иметь при себе определенный набор документов. Туристский ваучер – это документ, устанавливающий право туриста на определенные услуги и подтверждающий факт их оказания. Ваучер разрабатывается посредством туроператора «Азростат» и содержит некоторую информацию (имена и фамилии отдыхающих, их даты рождения, название отеля с указанием категории и типа питания, адреса и телефоны).

ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

Виза – разрешение на въезд конкретному лицу на территорию соответствующего государства, на выезд с этой территории и проезд через нее. Виза представляет собой – соответствующую отметку в виде штампа, марки, наклейки в паспорте иностранного гражданина. Она выдаётся официальными властями того государства, куда отправляется турист, в подтверждение того, что ему разрешён въезд в данную страну.

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности.

Договор оформляется в электронном виде на компьютере, на пишущей машинке или специальном шаблон-формуляре. Двухязычный договор допускается составлять двумя текстами, или на одной странице двумя колонками, распределяя текст или абзац текста одного языка напротив абзаца текста другого. Это удобно для сравнения корректности перевода.

ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.

Руководитель туристской группы «Азростат» во время сопровождения группы туристов отвечает за дисциплину и порядок в группе, за полное и качественное обслуживание, за соблюдение сроков пребывания за рубежом, за соблюдением маршрута следования, за безопасность жизни и здоровья туристов, за сохранность имущества туристов, за охрану окружающей среды. Руководитель обязан провести краткий инструктаж с туристами по технике безопасности, профилактике и предупреждению холеры, и основным правилам пребывания на территории страны (собрать подписи в инструктаже).

При посадке в автобус руководитель должен представиться сам и напомнить туристам, с какой фирмой они едут. При посадке в автобус руководитель должен представиться сам и напомнить туристам, с какой фирмой они едут. Во время посадки туристов в автобус необходимо проверить наличие документов.

ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.

В инструктаже экскурсионного маршрута «Азростат» подробно описано что обязаны делать туристы, на что имеют право и что запрещается. Также что должен делать перед началом поездки, во время неё и в промежуточных пунктах путешествия. Основная обязанность туриста – соблюдение техники безопасности, запрещается употребление алкогольных и наркотических средств. В первую очередь обязан следить за безопасностью туристов, их поведением и надлежащим выполнением услуг на маршруте. А при любых форс-мажорных ситуациях сообщать в отправляющую фирму.

В инструктаже активного тура большая часть отводится описанию сложности маршрута, необходимой одежды и экипировки. Также описываются отдельные части маршрута (пеший, сплав, восхождение на гору) и необходимые подготовительные меры для них. Все туристские группы перед выходом на маршрут должны оформить соответствующие документы: маршрутные листы, маршрутные книжки, регистрационную книгу.

ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте.

Руководитель туристской группы «Азростат» относится к категории специалистов. Руководитель туристской группы:

1) Проводит организационное собрание туристской группы.

- 2) Организует прохождение туристами паспортного, таможенного и иного контроля.
 - 3) Осуществляет контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.
 - 4) Оформляет соответствующие документы (ваучер, отчет, пр.).
 - 5) Постоянно находится с туристской группой и оказывает содействие.
- ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте.

Самый важный аспект обеспечения безопасности туристов «Аэростат» – высокая квалификация и подготовка персонала для сопровождения туристской группы. Безопасность туристской услуги: отсутствие недопустимого риска, нанесения ущерба жизни, здоровью и имуществу туристов во время совершения путешествия (экскурсии), а также в местах пребывания на маршруте.

Именно руководитель «Аэростат» (гид, сопровождающий, инструктор) несёт ответственность за жизнь и здоровье туриста на маршруте. Руководитель следить за тем, чтобы никто не отстал от группы во время экскурсий, каждый раз садясь в автобус, удостовериться в присутствии всех туристов. Также он провожает и встречает группу в аэропорту, помогает разместиться в гостинице. Перед каждой экскурсией встречается с туристами в холле отеля, информирует об особенностях поездки, контролирует размещение в автобусе, проверяет наличие багажа. Водитель автобус должен регулярно проверять исправность транспортного средства, соответствие санитарно-гигиеническим требованиям, исправность кресел, кондиционеров и прочего оборудования.

ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.

Качество туристского обслуживания «Аэростат» - это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности желания туристов на отдыхе и в путешествиях. Способы контроля: посещение рекламных туров, опрос туристов о качестве предоставленной туристской услуге, самоконтроль персонала туристской фирмы, выявление и регистрация претензий, жалоб и рекламаций со стороны потребителей туристских услуг, анализ туристской документации.

ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

При оформлении туристского путешествия в офисе туроператора «Аэростат» турист получает на руки важные документы, подтверждающие его право на получение оплаченных услуг, а также исчерпывающую информацию об этих услугах. К таким документам относятся договор о реализации турпродукта; туристская путевка установленной формы, информационный листок к путевке; туристский ваучер; памятка (например, для выезжающих за рубеж).

ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

Маршрутный лист «Азростат» – путевой документ группы, отправляющейся в поход выходного дня или на маршрут путешествия. Существует образец этого письма, который заполняет руководитель группы, подписывает председатель совета коллектива физкультуры, председатель правления туристского клуба или ответственное лицо организации, проводящей поход. Его заверяют печатью организации.

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

Под маркетинговым исследованием туристского рынка понимают систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой задачей: их сбор, анализ и отчет о полученных сведениях, выводах и рекомендациях. Туристский рынок представляет собой экономическую систему взаимодействия четырех основных элементов: туристского спроса, предложения туристского продукта, цены и конкуренции. Особенности туристского рынка определяются базовыми характеристиками туристских услуг.

ПК 3.3 Формировать туристский продукт.

Продажа туристского продукта в условиях жесткой конкуренции становится все более сложной задачей. В связи с этим особое значение приобретает совершенствование технологии продаж. Для достижения этой цели менеджеры «Азростат» должны проводить маркетинговые исследования туристского рынка, знать сильные и слабые стороны своих маршрутов по сравнению с конкурентами. Менеджеры регулярно участвуют в собраниях фирмы, проводимых для обмена опытом и обсуждения различных затруднительных ситуаций, владеют краткой информацией обо всех направлениях, о наличии «горящих» путевок и, таким образом, постоянно в курсе текущих дел фирмы.

Важнейшим аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с клиентом. Сотрудники фирмы «Азростат», непосредственно участвуют в процессе продажи, умеют красноречиво представить свои маршруты, но также и профессионально владеть техникой общения с клиентом.

ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта.

Под туристским продуктом следует понимать 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. Формирование туристского продукта - это деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.)

6 Индивидуальное задание

Сопровождение туристов на маршруте

Роль сопровождающего, руководителя групп, их функции. Для рассмотрения этого вопроса необходимо определить сущность понятий «сопровождающий» и «руководитель». Под сопровождающим принято понимать представителя турфирмы, который сопровождает туристов в дороге к месту потребления тур услуги. А руководитель группы, являясь также представителем турфирмы, находится с группой в течение всего времени отдыха. Руководитель может быть одновременно и сопровождающим, т.е. находиться с группой с момента посадки в транспорт до прибытия домой. Предоставление сопровождающего или руководителя является дополнительной услугой со стороны тур предприятия и гарантией быстрого и своевременного урегулирования возникающих проблем, конфликтов и непредвиденных ситуаций.

Для взрослых групп туристов наличие сопровождающего (руководителя) не обязательно, но желательно. Единых требований к количеству человек в группе на одного сопровождающего (руководителя) нет. Это зависит от принимающей стороны, т.е. предварительно оговаривается количество льготных мест для сопровождающих. (Например, каждая 11 или 21 путевка бесплатна. Соответственно, на 10 или 20 туристов должен приходиться один сопровождающий (руководитель). Для туристских детских групп свыше 20 человек, как правило, присутствуют два педагога или один сопровождающий (руководитель), в особых случаях - медработник.)

Обязанности сопровождающего:

- 1) Рассадка в транспортное средство, ее корректировка в случае необходимости.
- 2) Прохождение КПП на границах, предоставление документов. В случае возникновения на границе претензий к туристам со стороны пограничников - регулировать эти конфликты (решить вопросы уплаты штрафов, отправки туристов домой при нарушении паспортно-визового режима), сообщить об этом на туристское предприятие.
- 3) Связь с представителями страховой компании при наступлении страхового случая и при необходимости организация доставки туриста на родину с сообщением на тур предприятие.
- 4) Предоставление в дороге оговоренных ранее услуг (чай, кофе, видеопрограммы, остановки в пути, путевая информация). Это больше касается сопровождения автобусных туров.
- 5) Сопровождение до места получения тур услуги.
- 6) Передача всех необходимых документов руководителю группы по прибытии.

Обязанности руководителя группы:

- 1) Встреча группы.
- 2) Расселение в соответствии с оплатой.
- 3) Уведомление группы о часах дежурства руководителя с целью разрешения возможных проблем, конфликтов.
- 4) Предоставление своевременной информации о дополнительных услугах и возможных изменениях в программе тура.
- 5) Урегулирование конфликтных ситуаций с представителями принимающей стороны и туристами.
- 6) Связь со страховой компанией или с ее представителями в случае наступления страхового события и при необходимости организация доставки туриста домой.
- 7) Наблюдение за выполнением программы пребывания, информирование тур предприятия о некачественной работе партнеров.

Сопровождающий туристических групп - это тот, кто профессионально сопровождает частных лиц или группы людей в тур. поездках по национальной территории или за границу, предоставляет значительную информацию и туристические сведения в местах транзитного проезда вне сферы компетенции местного гида. Обычно это профессионал, работающий по поручению туроператора, туристического агентства или местных органов развивающих тур. предложения.

Сопровождающий может снять с маршрута туриста, грубо нарушающего правила поведения. Перечисленные функции могут являться основанием для разработки должностных инструкций гида туристской группы (приложение А).

Сопровождающий является ответственным за выполнение и реализацию программы поездки, являясь точкой опоры для всех людей, предоставляющих туристические услуги и для туристов в течении всей поездки. Сопровождающий тур. групп - это серьезный профессионал, которого отличает точность, пунктуальность и порядок во всем для того, чтобы:

Иметь хорошую коммуникабельность, в его задачу входит также устанавливать хорошие отношения со всеми (с клиентами, с заказчиками, с местными органами, с экскурсоводами, с персоналом в гостиницах и т.д.).

Профессия учит быть мудрым, иметь врожденные способности коммуникабельности, иметь в каждый момент позитивный и спокойный подход к решаемым проблемам.

Эта работа предполагает постоянно сталкиваться с ситуациями, где нужно иметь контакт с разными культурами и людьми, требуя от сопровождающего способности постоянного обновления и профессиональной адаптации:

Необходимо иметь хорошую историческую, географическую, художественную, антропологическую и экономическую подготовку для того, чтобы иметь возможность рассказать о общих чертах культурное наследие или наследия посещаемых стран, быть способным объединить между собой также посещение разных городов и исторических памятников, парков вместе с местными экскурсоводами, так чтобы каждая тур. поездка была новым открытием цивилизаций и культур;

Быть способным разбираться и ориентироваться в любых географических картах, схемах и планах. Сопровождающий Тур. Группы должен также всегда присутствовать в самых деликатных и проблематичных ситуациях поездки, таким образом своим профессиональным участием он должен разрешить любое затруднение. К примеру, он должен помочь и решить ситуацию для членов своей группы в случае болезни, несчастного случая, пропажи и кражи документов, посредством необходимых контактов с посольствами, консульствами и полицейскими участками.

Обязанности туристического сопровождающего:

Представлять туристическое агентство для поставщиков тур. Услуг и для туристов;

Проверять и подтверждать все структуры и услуги;

Контроль на момент отъезда наличие всех участников;

Предоставление участникам тур. поездки детальной программы поездки;

Обеспечение коммуникабельности между собой всех членов тура, для того чтобы группа (сформированная часто из людей, которые не знакомы друг с другом перед поездкой) сплотилась и стала единым целым, чтобы сложилась гармоничная атмосфера, быть способным выслушать жалобы людей.

Предоставление общей информации о посещаемых местах (не заменяя местного гида) и обеспечение всех туристов компетентной ассистенцией и помощью в случае возникновения небольших или же серьезных затруднений, которые могут возникнуть в тур поездке;

Внимательное выполнение заранее разработанной программы тур. поездки, соблюдая расписание и время назначенных встреч - сопровождение участников тур. поездки, помощь в решении возможных проблем, которые могут случиться в поездке, такие как кражи, заболевания, несчастные случаи, пропажа документов поездки, пропажа багажа, неподтвержденные бронирования, несоответствующие номера в гостинице;

Предоставление возможных альтернативных или факультативных экскурсий в согласии с тур. агентством;

Приобретение и обеспечение участников группы входными билетами в музеи и билетами для пользования транспортными средствами;

Бронирование и оплата ресторанов;

Предоставление переводческих услуг;

Выполнение всех необходимых бюрократических и административных формальностей, связанных с поездкой; Выполнение всех бюрократических формальностей, связанных с таможей и административных формальностей при поездках за границу;

Решение возможных проблем, связанных с денежными средствами и валютой - обеспечение заселения туристов в гостиницах или выбранных структурах;

Предоставление тур организации, для которой выполняется данная услуга подробного отчета о ходе данной поездке, информируя ее о возможных затруднениях, недостатках и возникших проблемах.

Сопровождающий называется тур-лидер т.к. в течении нескольких часов, дней или недель, на территории нашей страны он должен стать руководителем группы, как для русских, так и для иностранных туристов, или для туристов, прибывших из разных стран. В этом случае, сопровождающему необходимо создать единую сплоченную группу из разных людей. Он должен показать и проявить свои лидерские качества в течении всей поездки и для разных людей. Особенно в случае иностранных туристов, тур. лидер выполняет важное предназначение: именно он должен объяснить иностранному гостю традиции и культуру нашей страны, развеивая предрассудки, которые часто наносят вред представлению о России за границей.

В России требования к персоналу туристской фирмы должны быть приведены в утвержденных руководителем должностных инструкциях или иных документах, определяющих обязанности сотрудника.

Заключение

В результате прохождения учебной практики, были значительно расширены знания о туристском бизнесе и организации туристской индустрии. Также освоены профессиональные знания, нужные специалисту в этой сфере деятельности.

За время практики были изучены учредительные документы, организационная структура предприятия и технология взаимодействия с туристами.

Из всего вышеперечисленного следует, что туристская индустрия сегодня является важной составной частью сектора экономики, продуктом которого является туристская услуга, имеющая свою специфику. Туристские предприятия, оказывающие данный сервис, предоставляют не только туристские услуги (тур продукт), но и широкий спектр дополнительных услуг.

На сегодняшний день «Аэроstat» на рынке туристских услуг занимает достойное место, и вполне может соперничать с крупными фирмами, в этом заслуга трудового коллектива компании, 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. Коллектив «Аэроstat» очень дружный, сплоченный и доброжелательный, новому работнику в обстановке взаимопонимания очень комфортно и приятно работать.

Таким образом, туристский комплекс является важнейшим элементом социальной сферы, играющим большую роль в повышении эффективности общественного производства и соответственно росте жизненного уровня населения.

Таким образом подводя итог, можно сказать, что система профессионального туристского образования представляет собой некий конгломерат и носит комплексный характер. Содержание такого образовательного процесса предусматривает: профессиональное «вхождение» в реальную деятельность; развитие функционально-ролевой готовности к данному виду деятельности; формирование и коррекцию профессионально-ценностных ориентаций, мотиваций, качеств и свойств личности, способствующих результативности и успеху.

Если вы хотите посетить данную тур компанию в качестве туриста или просто в познавательных целях, то она находится по следующему адресу:

Туристическая компания «Аэроstat» расположен по адресу Россия, 690025, Владивосток, ул. ул. Семеновская, 29. Телефон – 8 (423) 253-03-67 (Приложение А).

Таким образом, туристическая компания «Аэроstat» располагается в центре города Владивостока, чем является стильной и современной туристической компанией представительского класса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Официальный сайт ООО «Аэростат» [сайт]. <https://www.spark-interfax.ru/primorski-krai-vladivostok/ooo-tk-aerostat-inn-2536251440-ogrn-1122536001840-6741055ce62448688fc854c1e14a850a> (дата обращения: 12.05.2021).
- 2 Жолдак В.И., Квартальнов В.А. Основы менеджмента в спорте и туризме: организационные основы: Учебник. Т.1. - М., 2017. – 317 с.
- 3 Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии. - Брюссель: TACIS, 2015.
- 4 Материалы секции Минобразования России «По совершенствованию перечня профессий, направлений подготовки и специальностей, квалификационных требований (профессиональных стандартов) к основным должностям работников туристической индустрии и государственным образовательным стандартам в области туризма», 2016.
- 5 Квартальнов В.А. Теоретические основы становления и развития системы непрерывного профессионального образования в сфере туристической деятельности. Дисс. докт. пед. наук. - М., 2018.
- 6 Турковский, Марек, Маркетинг гостиничных услуг: учебник / М. Турковский; пер. с пол. И.И. Иванюка. – Москва: Финансы и статистика. – 2017. – 296 с.
- 7 Консультация плюс. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 09.03.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/130f61c72e3392a595dc9c387a89ff65a35d9aa5/ (дата обращения: 14.05.2021)

Приложение А

Схема проезда к ООО «Азростат»

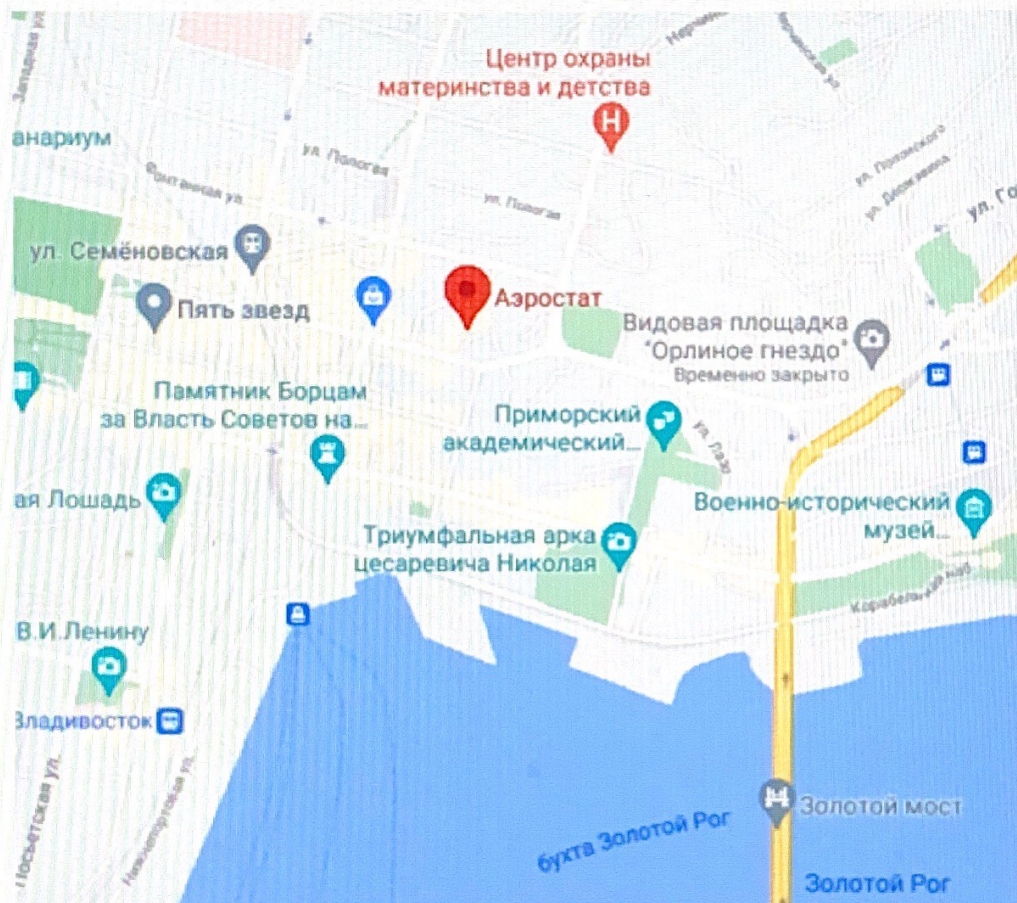


Рисунок А.1 – Месторасположение ООО «Азростат»

Индивидуальное задание по учебной практике

Студентка Наврузова Захро Аскар кизи

ФИО

обучающаяся на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла учебную практику в объеме 216 часа с «11» мая 2021 г. по «21» июня 2021 г.

в организации ООО «Азростат», Семеновская ул., 29, г. Владивосток

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период учебной практики

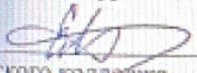
№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Определение и анализ потребности заказчика	7
3	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	6
4	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	6
5	Выбор оптимального туристского продукта	8
6	Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран	8
7	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников	8
8	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	8
9	Контроль наличия туристов	8
10	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	8
11	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	8
12	Сопровождение туристов на маршруте	8
13	Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений	8
14	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках	8
15	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей	8

16	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	8
17	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	8
18	Оформлять отчёт о туристской поездке	8
19	Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта	8
20	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте	8
21	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности	8
22	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	8
23	Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта	8
24	Планирование программ тур поездок, составление программ тура и турпакета	8
25	Предоставление сопутствующих услуг	8
26	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	8
27	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках	8
28	Оформление отчёта практики	12

Дата выдачи задания «11» мая 2021 г.

Срок сдачи отчета по практике «21» июня 2021 г.

Подпись руководителя практики

 / Ермолович Л.О., мастер производственного обучения Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Наврузова Захро Аскар кизи

ФИО

обучающаяся на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2020 г. по «21» июня 2021 г.

в организации ООО «Азростат», Семеновская ул., 29, г. Владивосток.

наименование организации, юридический адрес

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Определение и анализ потребности заказчика	Отлично
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт	Отлично
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Выбор оптимального туристского продукта	Отлично
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Рассчитывать различные варианты турпродукта	Отлично
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Отлично

	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	Отлично
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз	Отлично
Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг			Отлично
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тур группы на маршрут	Отлично
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках	Отлично
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Контроль наличия туристов	Отлично
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Сопровождать туристов на маршруте	Отлично
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	Отлично
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Оформлять отчет о туристской поездке	Отлично
Итоговая оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов			Отлично
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования	Планирование программ тур поездок,	Отлично

	рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	составление программ тура и турапакета	
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности	Отлично
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Отлично
Итоговая оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			Отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

(освоены на продвинутом уровне)

Дата 21 июня 2021 г.

Оценка за практику отлично

Руководитель практики от предприятия


подпись

Шеховцова Ю. В.

Ф.И.О.

М.П.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

Студента Наврузовой Захро Аскар кизи

Курса 1 группы С-ТУ-20

База практики ООО «Азростат»

Начало практики 11 мая 2021г. окончание 21 июня 2021г.

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики

Студент Зуев Денис Дмитриевич

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

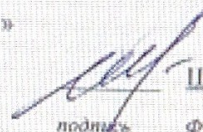
Группа С-ТУ-20

Место прохождения практики ООО «Аэростат»

Сроки прохождения с «11.05.2021» по «21.06.2021»

Инструктаж на рабочем месте «11» мая 2021 г

дата


Шеховцова Ю. В.

подпись

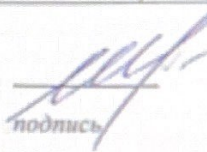
Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
11.05	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	Отлично	
11.05	Определение и анализ потребности заказчика	Отлично	
12.05	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	Отлично	
13.05	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Отлично	
14.05	Выбор оптимального туристского продукта	Отлично	
17.05	Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран	Отлично	
18.05	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников	Отлично	
19.05	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	Отлично	
20.05	Контроль наличия туристов	Отлично	

21.06	Дифференцированный зачет	Отлично	
-------	--------------------------	---------	--

Руководитель




подпись Шехонова Ю. В.

Характеристика деятельности студента
Наврузовой Захро Аскар кизи
группы С-ТУ-20 при прохождении учебной практики

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

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

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ОТЗЫВ – ХАРАКТЕРИСТИКА
на учебную практику

Студента Зуева Дениса Дмитриевича
Специальности Туризма группы С-ТУ-20 Академического колледжа Владивостокского
государственного университета экономики и сервиса

Предприятие практики ООО «Аэроstat» г. Владивосток
Владелец: Наталья Владимировна Шеховцова, к.р. адрес

За время прохождения учебной практики студент проявил высокую степень самостоятельности в определении объектов исследования и подборе материалов исследования, в изучении теоретического и практического материала. Кроме того, следует отметить отличное владение профессиональными и общими компетенциями, необходимыми для работы в индустрии туризма. В процессе деятельности практикант выполнял все виды работ, отличался индивидуальным подходом к решению поставленных задач и выполнению отчета.

Отчет студента выполнен на высоком, теоретическом и техническом уровне, с использованием компьютерной обработки аналитических данных и расчетов, оформление работы соответствует установленным требованиям, предъявляемым к данному виду работы.

Работа написана с использованием нормативных документов, методической учебной литературы, научных публикаций, периодической печати.

В целом можно отметить, что за время прохождения практики студентом были проработаны материалы предприятия в полном объеме, в соответствии с календарным графиком.

Отчет, при соответствующей защите, заслуживает оценки отлично.

Генеральный директор АК «Аэроstat»

(подпись по основному месту работы, учная степень, учное звание)

«21» июня 2021г



Ю.В. Шеховцова

(и.о.ф.)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
(ВГУЭС)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Наврузова Захро Аскар кизи
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-20-2
согласно приказу ректора № 365-с от 30.04.2021 года
направляется в ООО ТК «Аэростат», г. Владивосток
для прохождения учебной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 6 нед
с 11.05.2021 года по 21.06.2021 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии
ООО "Аэролайн"	11.05.2021
ООО "Аэролайн"	21.06.2021

