

	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 03. Предоставление туроператорских услуг
 ПМ 04. Управление функциональным подразделением организации
 программы подготовки специалистов среднего звена
 43.02.10 Туризм

период с «13» марта по «15» апреля 2023 года

Студент группы С-ТУ-21 Измугденова Измугденова А.Д.
подпись

Наименование предприятия: ООО «ТА «Вокруг света»

Руководитель практики от предприятия Бойко Бойко Е.Ю.
подпись

Отчет защищен:

с оценкой отлично Руководитель практики Ермолов Ермолов Л.О.

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света»	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «ТА «Вокруг света»	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности ООО «ТА «Вокруг света»	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	8
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуги) ООО «ТА «Вокруг света»	10
1.5 Перспективы развития ООО «ТА «Вокруг света»	11
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света»	13
2.1 Анализ деятельности ООО «ТА «Вокруг света»	13
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов ООО «ТА «Вокруг света». Культура предприятия	14
2.3 Информационные технологии ООО «ТА «Вокруг света»	16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	17
4 Система обеспечения безопасности	19
5 Технология формирования профессиональных компетенций	21
6 Индивидуальное задание	34
Заключение	36
Список использованных источников	38
Приложение А. Договор о реализации туристского продукта	39
Приложение Б. Шенгенская виза	40

Введение

В современном мире наука насчитывает несколько десятков определений туризма. Каждое из них по-своему правильно, хотя подчеркивает различные стороны, аспекты, грани одного понятия. Туризм – не просто увлечения или мода. Это жизненная потребность большинства людей. Чтобы понять более точную формулировку понятия «туризм» обратимся к законам.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туризм – временные выезды граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране временного пребывания [1].

Туризм входит в число основных интересов многих людей и не выходит за пределы экономических возможностей большинства населения. Это движет громадной индустрией, предназначенной для удовлетворения потребностей и интересов тех, кто какое-то время находится вдали от дома. На сегодняшний день туризм стал играть настолько важнейшую роль, что превратился в уникальную крупнейшую мировую индустрию. Ежегодно насчитывается сотни миллионов туристов.

Туризм сегодня выступает не только экономически рентабельным бизнесом, но также представляет собой социокультурное явление и одно из направлений досуговой деятельности. В плане экономики, туристская индустрия располагает материально-технической базой, обеспечивает занятость большого числа людей и взаимодействует со всеми отраслями экономического комплекса. Туризм является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей, приносящей около 10 процентов валового дохода. В настоящее время туризм получил колоссальное импульсное развитие. Данной тенденции расширение и усиление политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами. Все это способствует воспитанию поликультурной толерантности, терпимости, что так необходимо сегодня, когда мир разрывают националистические конфликты.

Материально-технической базой являются туристские фирмы, гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, автотранспортные предприятия и т.д. Рассмотрим смысл работы первого. Под туристской фирмой понимается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие сбыт туристических услуг. Она подразделяется на турагентов и туроператоров. Чтобы подробнее разобраться в работе турагентства, я прошла практику в ООО «ТА «Вокруг света».

Целью производственной практики является закрепление знаний, полученных при обучении, приобретение практических навыков, изучение внутренней системы работы и взаимодействия с туристами туристического агентства.

Задачи практики:

- контроль наличия туристов;
- изучение технологий досуговой деятельности предприятия;
- оценить качество туристского и гостиничного обслуживания;
- анализ претензий туристов;
- составление потенциального туристского продукта;
- взаимодействие с различными турагентствами;
- работа с заявками туристов;
- разработка рекламных материалов и их распространение;
- работа с официальными документами.

Объект анализа – ООО «Туристическое агентство «Вокруг света»

В процессе прохождения практики я ознакомилась с внутренней работой агентства, профессиональным взаимодействием с туристами, узнала тонкости работы в офисе, изучила на практике конкретный круг вопросов, относящийся к деятельности туристской отрасли, и сформировала теоретическую и практическую базу для будущей профессиональной деятельности.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «ТА «Вокруг света»

Название компании: ООО «Туристическое агентство «Вокруг света».
Местонахождение: 690091, г. Владивосток, ул. Уборевича, 28. Часы работы: понедельник-пятница 10:00-17:00; суббота 11:00-15:00; воскресенье выходной. Телефоны: (423)240-44-40.

Туристическое агентство «Вокруг света» работает в качестве турагента, предлагая клиентам не только внутренний, но и выездной туризм. Как и многие туристические компании, «Вокруг света» одновременно работает с несколькими туроператорами. От них стекается информация о различных турах, из которых они подбирают клиенту необходимый и наиболее доступный по цене.

Основными направлениями, пользовавшимися наибольшей популярностью на период практики являлись:

- внутренний туризм: Байкал, Санкт-Петербург, Сочи, круизы по Золотому кольцу России, экскурсии по Приморскому краю.
- международный туризм: Турция, АОЭ, Таиланд, Южная Корея, Испания, Армения, Греция.

Основной целью выезда туристов за границу являлся осмотр достопримечательностей, шоппинг, посещение спортивных, рекреационных и культурных мероприятий и участие в них, отдых на пляжах и в горах.

Турагентство организывает туры по Приморью, круизы и другие активные туры.

Компания представляет выездные международные туры, круизы по Азии, Европе, США, услуги по бронированию и приобретению ж/д и авиабилетов, образовательные программы за рубежом для детей и взрослых: США, Канада, Англия, Мальта, Австралия, Новая Зеландия, Южная Корея, услуги лечебно-оздоровительного отдыха, свадебные туры и церемонии бракосочетания.

Также Турагентство участвовало в Тихоокеанской международной туристской выставке РІТЕ в 2016 году.

1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности ООО «ТА «Вокруг света»

«ТА «Вокруг света» – это общество с ограниченной ответственностью. Согласно Федеральному закону Российской Федерации «Об обществах с ограниченной ответственностью» обществом с ограниченной ответственностью является учрежденное одним или несколькими юридическими или физическими лицами хозяйственное общество,

уставной капитал которого разделён на доли. При этом участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей или акций в уставном капитале общества, но только до тех пор, пока общество не находится в стадии банкротства [2].

1. Общие положения

Общество с ограниченной ответственностью «Туристическое агентство «Вокруг света», именуемое в дальнейшем «Общество», является юридическим лицом, действующим на основании устава и законодательства Российской Федерации. Общество создано путем преобразования в него Закрытого акционерного общества «Туристическое агентство «Вокруг света», зарегистрированного 14 февраля 2001 года Отделом регистрации Администрации г. Владивосток, ОГРН: 1022501284310 и является правопреемником по всем правам и обязанностями ЗАО «Туристическое агентство «Вокруг света».

2. Права и обязанности участников общества.

Участники общества вправе:

- участвовать в управлении делами общества в порядке, установленном Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и настоящим уставом;
- принимать участие в голосовании на общем собрании участников по всем вопросам его компетенции;
- получать информацию о деятельности общества;
- принимать участие в распределении прибыли;
- выдвигать кандидатов в органы общества в порядке и на условиях, предусмотренных законом и настоящим уставом и т.д.

3. Участники общества обязаны:

- исполнять требования настоящего устава и решений его органов общества;
- вносить вклады в имущество общества в порядке, в размерах, в составе и в сроки, которые предусмотрены Федеральным законом;
- не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;
- нести другие обязанности, предусмотренные законодательством, настоящим уставом и решениями общего собрания участников, принятыми в соответствии с его компетенцией и т.д.

4. Правовое положение общества

Общество имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобрести и осуществить гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами.

Общество вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.

5. Общество осуществляет следующие основные виды деятельности:

- турагентская и туроператорская деятельность в сфере внутреннего и международного туризма;
- грузопассажирские перевозки;
- внешнеэкономическая деятельность;
- организация выставок, ярмарок, аукционов;
- трудоустройство за рубежом;
- осуществление иной деятельности, которая прямо или косвенно способствует поставленной перед обществом цели.

6. Уставный капитал

Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости долей его участников. Размер уставного капитала общества составляет 100000 рублей.

Размер доли участника в уставном капитале общества определяется в процентах.

7. 1.1 Структура органов общества

Органами управления общества являются:

- общее собрание участников;
- единоличный исполнительный орган – генеральный директор.

В случае назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все функции по управлению делами общества.

1.2 Реорганизация и ликвидация общества

Общество может быть добровольно реорганизовано по решению общего собрания участников.

Реорганизация общества может быть осуществлена в форме слияния, разделения, выделения и преобразования в иную организационную форму в порядке, предусмотренном Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и иными правовыми актами.

Общество может быть ликвидировано добровольно в порядке, предусмотренном Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и иными правовыми актами.

Общее собрание участников принимает решение о ликвидации общества и назначении ликвидационной комиссии.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работающие в её рамках люди могли наиболее эффективно добиться поставленной цели. Организационная структура направлена на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями организации, разделёнными между собой правами и ответственностью.

ООО «ТА «Вокруг света» было основано 8 октября 2014 года. Уставный капитал 100000 рублей. Генеральный директор – Бойко Екатерина Юрьевна. Сотрудничает с международными фирмами как: Coral Travel, ТО «Библио-Глобус», ANEX Tour, ТО «Дельфин». Турагентство соответствует всем требованиям стандартизации в соответствии с законом о туристской деятельности. Управленческая структура ООО «ТА «Вокруг света» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы.

В штате фирмы работают:

Генеральный директор. Должностные обязанности: осуществление руководства административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туроператорской организации, определение концепции и стратегии развития организации, утверждение текущих и перспективных направлений деятельности, осуществление прогнозирования и планирования объемов реализации туристских продуктов, обеспечение создания базы данных по туристским продуктам, расчета стоимости туристских продуктов, создание и развитие агентской сети, осуществление контроля за бронированием (гостиниц, билетов, транспорта и др.), подтверждение и оформление договоров, организация выявления и анализа проблем работы организации, рассмотрение замечаний и предложений туристов, управление и разрешение конфликтных ситуаций [3].

Исполнительный директор. Исполнительный директор – это одно из ключевых руководящих лиц фирмы. Он может выполнять функции генерального директора, но, как правило, ему делегируются лишь некоторые полномочия и задачи. Полномочия, задачи и ответственность закрепляются в локальных нормативных актах. Должностные обязанности: планирование и осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых договоров, анализ и решение организационно-технических, экономических, кадровых проблем фирмы, решение задач увеличения объема сбыта продукции, повышения качества и конкурентоспособности товаров и услуг, разработка предложений по экономному и эффективному использованию материальных, финансовых и

трудовых ресурсов предприятия, контроль над работой всего предприятия, его отделов и филиалов; решение задач по повышению эффективности труда, в том числе, мотивации персонала, организация связей с деловыми партнерами, инвесторами, расширение внешних связей, участие в разработке рекламной стратегии, контроль и обеспечение благоприятных и безопасных для жизни и здоровья условий труда, соблюдение на предприятии требований законодательства об охране окружающей среды, замещение генерального директора на время его отсутствия [4].

В туристическом агентстве трудоустроены два менеджера по туризму. В штат обязанностей первого входит – анализирование мотивации спроса на реализуемые туристские продукты, изучение потребностей туристов, разработка концепции и программы туристских продуктов, определение цены продуктов, изучение причин жалоб и претензий туристов к качеству предоставляемых услуг. В штат обязанностей второго входит – ведение переговоров с туроператорами, согласовывание основных условий договоров на предоставление услуг, проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, консультирование туристов о правилах въезда в страну временного пребывания и правилах пребывания в ней, принятие мер по устранению недостатков в обслуживании клиентов, поддержание контакта с постоянными клиентами, управление доходностью направления заключение договоров о реализации туристского продукта [5].

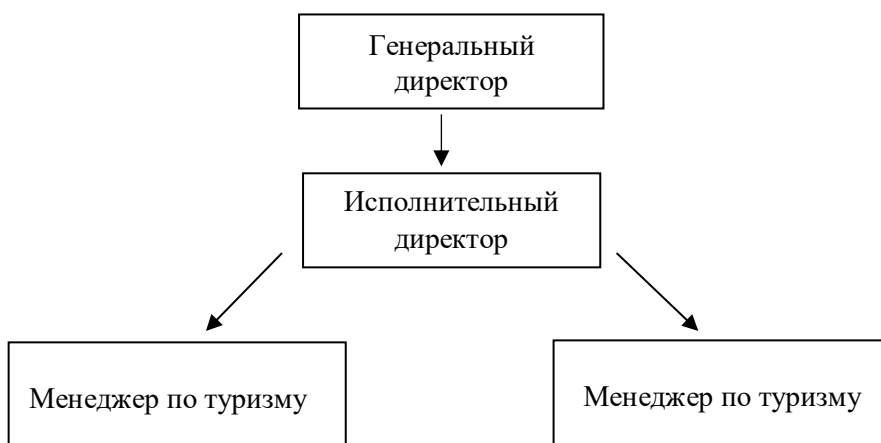


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Туристическое агентство располагает комфортабельным офисом, который оснащен необходимой современной техникой. Все компьютеры связаны одной локальной сетью, подключены к сети интернет. Информация, передаваемая с одного компьютерного устройства на другой, происходит без задержек и неполадок. Турфирма имеет личный сайт, к которому имеет доступ каждый сотрудник. Сайт позволяет вводить и выводить такую информацию, как:

список туристов, описание туров, гостиниц, расчет стоимости туров, скидок, автоматически производить оплату туров, выполнять финансовую отчетность, а также иметь другие возможности.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуги) ООО «ТА «Вокруг света»

На пути к цели турфирмам приходится преодолевать различные негативные факторы: изменение и падение спроса на продукцию, услуги; сокращение поступления материальных ресурсов; снижение их качества; дефицит квалифицированной рабочей силы; проблемы в системе расчетов и платежей и др. Непосредственная частная задача предприятия фирмы состоит в преобразовании факторов производства, их переработке и выпуске готовой продукции или оказании определенных услуг.

Турагентство ориентируется на внутренний и выездной туризм. Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств. Несмотря на высокую конкуренцию, «Вокруг света» является сильным конкурентом на рынке туристских услуг, о чем говорит участие в выставках и долгая насыщенная история.

Организовываются туры в более 50 стран мира. Из них оформляются визы в страны: Южная Корея, Таиланд, Чехия, Мальта, Танзания, Египет, АОЭ, Шри-Ланка.

В деятельность ООО «ТА «Вокруг света» входят следующие функции:

- выездной международный туризм: по всему миру;
- круизы по Азии, Европе, США;
- услуги по бронированию и приобретению ж/д билетов и авиабилетов на всех направлениях;
- образовательные программы за рубежом для детей и взрослых: США, Канада, Англия, Мальта, Австралия, Новая Зеландия, Китай, Южная Корея;
- эксклюзивные услуги лечебно-оздоровительного отдыха;
- свадебные туры и церемонии бракосочетания;
- оформление виз и страховых полисов;
- бронирование отелей;
- обслуживание VIP – туристов.

Стоит отметить, что туристическое агентство «Вокруг света» стремительно развивается на рынке туристских услуг Приморья. Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг. Основные туристские услуги регламентируются

договором на туристское обслуживание и путевкой. К таким услугам относятся: размещение, питание, транспортные услуги, включая трансферт, визовые и экскурсионные услуги.

1.5 Перспективы развития ООО «ТА «Вокруг света»

Туризм в современном мире рассматривается как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и опосредованное влияние на развитие всей связанной с ним инфраструктуры. Современный туризм базируется на высоком уровне развития транспорта, социальной сферы и сферы услуг, что, в конечном счете, превращает его в высокодоходную отрасль экономики.

Сегодня туризм является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. По доходности он уступает лишь добыче и переработке нефти. На долю туризма приходится около 6 процентов мирового валового национального продукта, 7 процентов мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11 процентов мировых потребительских расходов и 5 процентов всех налоговых поступлений. В связи с этим во многих странах сфера туризма активно развивается при государственной поддержке.

Руководство туристской фирмы «Вокруг света» понимает, что для того, чтобы успешно конкурировать на рынке, надо изучать опыт конкурентов и видеть перспективы собственного развития.

Основное направление деятельности фирмы – это индивидуальный туризм (туристы, путешествующие самостоятельно с туристическими целями). Но в последние годы наблюдаются изменения в пользу массового туризма, что является следствием влияния следующих факторов:

- увеличение свободного времени;
- снижение цен на авиаперевозки;
- увеличение количества чартерных рейсов для удобства туристов, путешествующих группами;
- рост заинтересованности туроператоров массовым туризмом как бизнесом, что дает значительные прибыли;
- поиск новых экономически выгодных направлений;
- увеличение количества рабочих мест в массовом туризме;
- увеличение количества туристов, путешествующих автобусами благодаря низкой цене турпакета.

В связи с этим, турагентству стоит развиваться в данном направлении. Хотя это и приведет к увеличению штата сотрудников, найму дополнительных единиц (гиды, экскурсоводы), но при этом увеличится спрос и прибыль.

Услуги фирмы рассчитаны только на российского потребителя, поэтому стоит обратить внимание на обслуживание заграничных туристов. Для этого необходимо создать дополнительные туры по стране с учётом обслуживания данных туристов, заключить договора с предприятиями сфер обслуживания на внутреннем рынке (рестораны, гостиницы, больницы, транспорт и т.д.).

Реклама. Одним из главных принципов рекламы представляет собой большой объем, регулярность и постоянство воздействия. Рекламная кампания начинает приносить положительный экономический эффект с небольшого уровня. С этой целью необходима информационная кампания в средствах массовой информации. Также благоприятно участие в международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей России. Для повышения конкурентоспособности фирмы и создания имиджа необходимо организовать выпуск рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках.

Следует отметить, что предпочтения как иностранных, так и российских туристов заключается в высоком уровне сервиса и разумном соотношении качества и цены при выборе туристских услуг. Эти показатели, как правило, в приоритете.

Таким образом, основная цель в перспективе развития турагентства – это формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, который будет обеспечивать хорошие условия для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света»

2.1 Анализ деятельности ООО «ТА «Вокруг света»

Турагентство ориентируется на внутренний и выездной туризм. Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств. Несмотря на высокую конкуренцию, «Вокруг света» является сильным конкурентом на рынке туристских услуг, о чем говорит участие в выставках и долгая насыщенная история.

Организовываются туры в более 50 стран мира – Россия, Армения, Танзания, Абхазия, Австралия, Австрия, Андорра, Аргентина, Беларусь, Болгария, Бразилия, Великобритания, Вьетнам, Германия, Греция, Доминиканская Республика, Египет, Израиль, Индия, Индонезия, Испания, Италия, Канада, Кипр, Куба, Маврикий, Малайзия, Мальдивы, Мальта, Марианские острова, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, ОАЭ, Португалия, Сайпан, Северная Корея, Сейшелы, Сингапур, США, Таиланд, Тунис, Турция, Фиджи, Филиппины, Финляндия, Франция, Французская Полинезия, Хорватия, Черногория, Чехия, Чили, Швейцария, Швеция, Шри-Ланка, Южная Корея, Япония.

Из них оформляются визы в страны: Южная Корея, Таиланд, Чехия, Мальта, Танзания, Египет, АОЭ, Шри-Ланка.

Особой популярностью пользуются пляжные и экскурсионные туры, из которых – пляжные: Сочи, Турция, АОЭ, Таиланд, Вьетнам, Испания, Греция; экскурсионные: круизы по Золотому кольцу России, Приморский край, Армения, Южная Корея, Абхазия.

В деятельность ООО «ТА «Вокруг света» входят следующие функции:

- выездной международный туризм: по всему миру;
- круизы по Азии, Европе, США;
- услуги по бронированию и приобретению ж/д билетов и авиабилетов на всех направлениях;
- образовательные программы за рубежом для детей и взрослых: США, Канада, Англия, Мальта, Австралия, Новая Зеландия, Южная Корея;
- эксклюзивные услуги лечебно-оздоровительного отдыха;
- свадебные туры и церемонии бракосочетания;
- оформление виз и страховых полисов;
- бронирование отелей;
- обслуживание VIP – туристов.

Из данного списка можно разобрать некоторые функции.

Оформление виз. Виза – документ, предоставляющий возможность пересечь границы территории того или иного государства. Для его оформления необходим заграничный паспорт. Визовые ограничения могут периодически изменяться. Например, меняется список необходимых документов или сроки нахождения на территории государства. Такие колебания в правилах пересечения границ наблюдаются каждый год. Для того, чтобы следить за нововведениями в визовых режимах, создан ежегодно обновляемый индекс визовых ограничений (или индекс паспортов). Существуют следующие виды виз: туристическая, деловая.

Туристическая: выдается лицам, приехавшим за рубеж отдохнуть, ознакомиться с достопримечательностями. Не дает права учиться или работать в посещаемом государстве. Визовые формальности в туризме заключаются в том, что требуется предъявление билетов в оба конца и подтверждение бронирования жилья на время пребывания в стране.

Деловая: выдается только лицам, представляющим юридические организации. Дает право на проведение деловых операций, например на посещение конференций или бизнес-встреч.

Туристическое агентство специализируется в большинстве случаев именно на туристической визе.

Составление туров. Некоторые туры составляются в соответствии с критериями Coral Travel, так как «ТА «Вокруг света» частично является каналом сбыта продукции фирмы. Но, в основном, туристическое агентство создает эксклюзивные туры по приемлемым ценам.

При составлении тура учитываются отзывы туристов, популярные направления и программа. В состав тура входит: трансфер, проживание, питание, медицинская страховка, визовые услуги.

Услуги по бронированию и приобретению ж/д билетов и авиабилетов. Туристическое агентство бронирует и приобретает билеты исключительно через торгового посредника.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на ООО «ТА «Вокруг света». Культура предприятия

Туристическое агентство «Вокруг света» – это слаженная команда профессионалов. Их опыт в туризме с 2014 года. Они помогут подобрать тур любой сложности по интересующему направлению. Сервис клиентов на высоком уровне. Отзывчивость и радушие сотрудников оказывает отличный настрой всех клиентов фирмы. В выборе тура клиенту оказывают помощь мастера своего дела. С большим вниманием и ответственностью относятся ко всем пожеланиям и предложениям, консультируя и отвечая на все вопросы, интересующие

туристов. Отзывы, оставленные на сайте, не остаются без внимания и всегда учитываются. Компания имеет как постоянных клиентов, так и новых.

Особое внимание менеджеры турагентства уделяют сезонности, так как в зависимости от времени года спрос на туры в различные страны, а также на виды отдыха заметно изменяется. Сотрудники имеют профессиональную подготовку и квалификацию, знают законодательные и нормативные акты, формальности международных норм в сфере туризма, материалы и документы международных туристских организаций. Они владеют информацией, необходимой для потребителя, и постоянно ее актуализируют.

Менеджеры турфирмы ежегодно повышают свою квалификацию на специальных курсах и семинарах, а также имеют стаж работы в туризме, и знают свои должностные обязанности. Процесс обслуживания происходит с особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента.

К менеджерам туристских предприятий предъявляются специфические требования, такие как понимание природы управленческой работы и процессов менеджмента, знание должностных и функциональных обязанностей, путей достижения поставленных целей и повышения эффективности работы предприятия. В том числе умение пользоваться современными информационными технологиями и средствами коммуникации. Также не мало важна информационная роль менеджера, поскольку для принятия решений, необходимо получить и обработать информацию о развитии системы управления туризмом. От полноты и достоверности информации в большей мере зависит и результат его работы.

Условия труда в компании ООО «ТА «Вокруг света» соответствуют стандартам. Помещение для работы просторное и комфортное. Все необходимое оборудование для работы имеется.

Режим работы сотрудников: с 10 до 17 часов, с обеденным перерывом; суббота с 11 до 15 часов, воскресенье выходной.

Сотрудники предприятия оформлены в компании, имеют медицинские полисы, возможность повышать квалификацию в образовательных учреждениях за счет турагентства, что также очень удобно для сотрудников.

Работая в компании «Вокруг света», с первых дней ощущаешь частью одного целого. Генеральный директор при работе с туристами внимательно изучает желания клиентов, старается предложить наиболее выгодный и интересный для туриста тур, всегда рекомендует страну, наиболее подходящий отель или курорт, соответствующий запросам и интересам.

Принимая участие в разработке тура, узнаешь для себя много нового и интересного. Например, что просто выбрать маршрут и утвердить его – недостаточно. Необходимо узнать

у туриста информацию, которая повлияет на стоимость тура, комфортабельность размещения, количества дней тура, количества туристов и т.д.

2.3 Информационные технологии ООО «ТА «Вокруг света»

Туристическое агентство имеет личный сайт, к которому имеют доступ все сотрудники предприятия. На сайте предоставлен различный спектр услуг под любые, даже требовательные, предпочтения. Помимо туров, клиенты могут ознакомиться со страной временного пребывания, визовыми условиями въезда и т.д. На сайте предоставлена вся необходимая информация для комфортного путешествия.

Для рекламы используются сайты: Яндекс. Бизнес и Фарпост.

Яндекс. Бизнес выполняет функцию проводника к официальному сайту, а Фарпост функции создания объявления, распространения туристского продукта и продвижения его в массы.

Используются Access-таблицы, приспособленные для ввода заявок, вывода на печать карт туров и проставления отметки об оплате, так и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать работу турфирмы. Можно выделить следующие уровни автоматизации:

- офисная оргтехника (телефония, факсы, ксероксы);
- компьютеры со стандартным программным обеспечением;
- специальное программное обеспечение – Qui-Quo, через которую сотрудники осуществляют бронирование и выкупают билеты.

Фирмы, специализирующиеся на туристическом софте, обладают богатым опытом общения с различными компаниями. Годами они отбирают самые рациональные методы взаимодействия с лидерами рынка, интегрируя их опыт в свой продукт. На сегодняшний момент профессиональные офисные программы претендуют на полную автоматизацию всех процессов турфирм. Огромный объем информации, которым владели наиболее продвинутые менеджеры, доступен всем или многим. Для того чтобы защитить информацию, необходимы средства безопасности. Для этого существует разграничение прав доступа в системе, и любой руководитель в состоянии построить свою иерархию доступа. Процесс, грамотно построенный и отлаженный, не зависит от кадров. Каждый имеет доступ к информации, в зависимости от прав, назначенных ему руководителем.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение на рынке как самого туристического агентства «Вокруг света», так и его туристского продукта является важнейшим направлением маркетинга. Под продвижением понимается комплекс рыночной деятельности (маркетинговых мероприятий), целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов, повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнёров и потребителей [6].

Подобные связи реализуются через такие каналы продвижения, как:

- реклама в современных рекламоносителях;
- прямой маркетинг;
- участие в мероприятиях по стимулированию сбыта.

Реклама. Одним из главных принципов рекламы представляет собой большой объем, регулярность и постоянство воздействия. Рекламная кампания начинает приносить положительный экономический эффект с небольшого уровня. С этой целью необходима информационная кампания в средствах массовой информации. Также благоприятно участие в международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей России. Для повышения конкурентоспособности фирмы и создания имиджа необходимо организовать выпуск рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках.

Помимо рекламы, ключевую роль в процессе продвижения продукции играют мероприятия по стимулированию сбыта. Они подталкивают потребителя совершить покупку, но лишь этим, разумеется, не ограничиваются.

Поэтому, определившись с сегментом аудитории и целевым рынком, на которых будет делаться акцент, важно знать и применять те методы и мероприятия, которые будут способствовать стимулированию сбыта.

Стимулирование сбыта представляет собой применение различных побудительных мер и средств преимущественно краткосрочного характера, нацеленных на ускорение и увеличение объемов сбыта услуг.

Основными задачами стимулирования сбыта считается побуждение клиентов к:

- незамедлительному совершению покупки прямо здесь и сейчас;
- совершению повторных покупок у данной фирмы;
- приобретению других услуг, объединенных общей торговой маркой.

В маркетинге принято считать, что стимулирование сбыта целесообразно в тех случаях, когда рынок наполнен множеством конкурирующих фирм, предлагающих однотипные услуги, либо в следующих случаях:

- при выходе компании на новый рыночный сегмент или использование нового канала сбыта;
- при выводе новой услуги на рынок;
- при продаже товаров методом самообслуживания;
- в случаях, когда необходимо поддержать и укрепить рыночные позиции фирмы в случае перехода жизненного товара в фазу насыщения.

Практика показывает, что стимулирование сбыта в современном мире выступает неотъемлемым элементом его организации. Чем эффективнее выстроена система, тем выше шансы фирмы на наращивание объемов сбыта своей продукции.

Основными средствами стимулирования сбыта в маркетинге выступают:

- презентация новых услуг;
- выдача специальных купонов на следующую покупку;
- введение системы скидок;
- предоставление возможности использования различных форм кредитования;
- выдача подарков постоянным клиентам;
- проведение конкурсов и лотерей.

Каждый из описанных выше инструментов имеет свои особенности, преимущества и недостатки. Более того, все они подходят для разной целевой аудитории. На практике чаще всего распространены скидки, купоны, акции, розыгрыши. По большому счету все множество инструментов стимулирования сбыта условно можно разделить на две большие группы: ценовые и неценовые. Первые связаны с необходимостью снижения отпускной цены единицы товара, а вторые – нет. При этом неценовые методы могут быть представлены в натуральной форме, в виде активного предложения или сервиса. К категории ценовых методов относятся: установление скидок на товары, раздача купонов и снижение цен с отсрочкой предоставления скидки. Сами скидки также могут принимать различные формы, а именно быть фиксированными и бонусными, зависеть от объемов продаж и распространяться на приобретение взаимодополняющей продукции. К активному предложению относится раздача листовок, проведение конкурсов, розыгрышей, лотерей и иных развлекательных мероприятий массового характера.

4 Система обеспечения безопасности

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристическом агентстве «Вокруг света».

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» ст. 14. Обеспечение безопасности туризма:

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

Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти:

- информирует туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране временного пребывания, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации. Указанное опубликование осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации для опубликования обязательных сообщений;

- устанавливает совместно с федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации в сфере организации отдыха и оздоровления детей, общие требования к организации и проведению в природной среде мероприятий с участием детей, являющихся членами организованной группы несовершеннолетних туристов.

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

Наличие указанных обстоятельств подтверждается соответствующими решениями федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, принимаемыми в соответствии с федеральными законами.

При расторжении до начала путешествия договора о реализации туристского продукта в связи с наступлением обстоятельств, указанных в настоящей статье, туристу или иному заказчику возвращается денежная сумма, равная общей цене туристского продукта, а после начала путешествия ее часть в размере, пропорциональном стоимости не оказанных туристу услуг.

При заключении договора о реализации туристского продукта туроператор, турагент обязаны представить туристу или иному заказчику достоверную информацию (Приложение А):

- о правилах въезда в страну временного пребывания и выезда из страны временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну или выезда из страны временного пребывания;
- об основных документах, необходимых для въезда в страну временного пребывания и выезда из страны временного пребывания;
- о необходимости самостоятельной оплаты туристом медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания;
- об условиях договора добровольного страхования, о страховщике, об организациях, осуществляющих в соответствии с договором, заключенным со страховщиком, организацию оказания медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания и ее оплату;
- об опасностях, с которыми турист может встретиться при совершении путешествия;
- о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах;
- о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране временного пребывания;
- о порядке обращения в объединение туроператоров в сфере выездного туризма для получения экстренной помощи.

Туроператоры, турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны пользоваться услугами инструкторов-проводников, если организуемые ими путешествия связаны с прохождением туристами маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты и другие).

Туроператоры и турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны незамедлительно информировать уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, специализированные службы по обеспечению безопасности туризма и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях, произошедших с туристами во время прохождения маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов, по территории Российской Федерации.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

5.3 Предоставление туроператорских услуг

1) Оформление отчетной документации о туристской поездке

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

Документом, дающим право на проведение похода выходного дня и некатегоричного похода и путешествия, является маршрутный лист установленного образца. В маршрутный лист записываются сведения об организации, проводящей поход (путешествие), о районе его проведения, руководителе и членах туристской группы, а также о типе транспортных средств. Приводятся в этом документе и план похода, схема маршрута.

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

Для проведения похода и путешествия I-V категорий сложности требуется маршрутная книжка установленного образца, которая оформляется на основании заявочной книжки. Заявочная книжка в двух экземплярах оформляется так же, как и маршрутный лист. В ней приводятся подробные сведения о группе, маршруте и подготовке к путешествию. В том числе в этой книжке требуется указать спортивную квалификацию и опыт каждого туриста. Здесь же туристы подписями удостоверяют свое знание правил, которые нужно соблюдать в пути. Заполняется большой раздел о материальном обеспечении группы (имеются в виду снаряжение групповое и индивидуальное, а при необходимости и продукты питания, ремонтный, набор и т. п.).

Прежде чем руководитель группы получит от МКК бланк маршрутной книжки или маршрутного листа, он должен сдать ответственному секретарю комиссии полностью заполненный бланк заявочной книжки или второй экземпляр маршрутного листа, в которых имеются все сведения об участниках похода и маршруте группы, необходимые для

организации в случае получения сигнала бедствия поисково-спасательных работ. Заявочная книжка (в двух экземплярах) вместе с заполненной маршрутной книжкой представляется на рассмотрение маршрутно-квалификационной комиссии (МКК) соответствующих добровольных спортивных обществ (ДСО), ведомственных физкультурных организаций, туристских клубов, федераций туризма советов по туризму и экскурсиям. При положительном заключении маршрутно-квалификационной комиссии руководителю группы выдаются пронумерованные, зарегистрированные маршрутная и заявочная книжки, заверенные штампом МКК (один экземпляр заявочной книжки хранится в этой комиссии).

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

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

Туризм принадлежит к сфере услуг и является одной из крупнейших и динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии.

Для успешного ведения дел необходимо не только уметь предоставлять качественные услуги, но и знать кому они необходимы, почему, для каких целей. Для этого поведятся маркетингов. Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Маркетинг включает в себя множество самых разнообразных видов деятельности, в том числе маркетинговые исследования, разработку товара, организацию его распространения, установление цен, рекламу. маркетинговые исследования. Туристское предприятие действует в постоянно меняющихся условиях, обусловленных многообразием отношений, складывающихся внутри него, а также с другими экономическими субъектами. Совокупность этих отношений и составляет понятие среды маркетинга. Она во многом определяет характер деятельности фирмы и должна в обязательном порядке детально рассматриваться в процессе проведения маркетинговых исследований. Для того, чтобы определить маркетинговую стратегию и провести ее в жизнь, руководство должно иметь углубленное представление о:

- внутренней среде туристского предприятия, ее потенциале и тенденциях развития;
- внешней среде, ее особенностях и месте, занимаемом в ней предприятием.

Маркетинг туристского предприятия находится под воздействием социально-культурных факторов. Наибольшей силой обладают устоявшиеся нормы, принятые в обществе, системы социальных правил, духовных ценностей, отношений людей к природе, труду, между собой и к самим себе. Знание социально-культурных факторов очень важно, так как они влияют как на другие элементы макросреды, так и на внутреннюю среду предприятия (например, отношение сотрудников к работе).

Маркетинговое исследование считается системным в том случае, когда все принятые заключения в его рамках считаются кропотливо санкционированными и запланированными. Объективность рекламного изучения гарантируется использованием научных способов заключения рекламных задач.

Маркетинговые исследования, которые проводятся для дел туристской фирмы, касающихся скопления и обработки информации

- туристический рынок, субъектов, на нем функционируют;
- рыночную позицию предприятия;
- конкурентная среда;
- продажа туристических услуг во временном и пространственном измерении;
- поведение потребителей в процессе продажи;
- степень удовлетворения туристов;
- наблюдение за целевым рынком;
- инструменты влияния комплекса маркетинга, о продукте, цепи, дистрибуции коммуникацию по курсу;
- прогнозирование тенденций развития рынка на перспективу.

Рассмотрим некоторые темы маркетинговых исследований, которые являются наиболее типичными для изучения работы туроператоров:

1. Составление рейтингов популярности туристических брендов среди туристов и турагентств. Здесь речь идет не столько о возможности использования таких результатов в различного рода промоушн-акциях, сколько о получении реальной, объективной картины положения дел (независимо от уровня собственных амбиций).

2. Оценка ситуации по достаточно раскрученному на рынке, но новому для конкретного туроператора направлению.

3. Оценка текущей и перспективной ситуации на рынке по принципиально новым туристическим направлениям. Речь идет о разработке и внедрении на рынок новых для россиян туристических направлений, оценке объемов потенциального рынка, изучении

имеющегося на текущий момент уровня интереса и отношения потенциальных туристов к новым программам.

4. Оценка перспективных возможностей развития рынка по определенным направлениям. Здесь важным моментом является определение возможностей и путей дальнейшего развития и продвижения конкретного направления.

5. Оценка эффективности рекламы. В данном сегменте исследований проводится анализ общей рекламной кампании туроператора как в целом (формирование позитивного имиджа фирмы среди туристов и туристических агентств), так и по отдельным параметрам.

6. оценка эффективности средств массовой информации для рекламодателей. Речь идет о выборе перечня печатных изданий и каналов средств массовой информации, которые можно отнести к наиболее предпочтительным для целевой аудитории в туризме - туристов и туристических агентств. Изучаются и определяются реально используемые пути поиска потребителями необходимой для них информации о предложениях, а также выявляются формы работы с печатными тематическими туристическими изданиями, частота и глубина работы с ними и прочее.

7. Анализ ситуации в регионах.

8. Анализ взаимодействия с агентствами. Сюда включается широкий спектр вопросов, связанных с определением степени удовлетворенности турагентств работой с туроператором, формированием перечня наиболее важных текущих проблем и узких мест, чтобы иметь возможность локализовать их на той стадии, когда они еще не переросли в постоянные хронические проблемы.

9. Анализ качества туристического продукта.

10. Анализ проблемных ситуаций. В этой части исследований могут рассматриваться практически любые вопросы, связанные с отсутствием у туроператора достаточной информации и не позволяющие получить полное представление о причинах возникновения проблемы и ее истинных масштабах.

3) Формирование 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.) (ст. 1 Федерального

закона от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» (далее – Закон N 132-ФЗ)).

Туристский продукт формируется исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста из услуг организаций, причастных к обслуживанию туристов на отдыхе и в путешествии.

К таким организациям относятся транспортные компании, гостиницы, рестораны, кафе, экскурсионные фирмы, музеи и выставочные залы, спортивные и курортные организации и т.д.

Формирование турпродукта вправе осуществлять исключительно организации, являющиеся туроператорами и отвечающие всем требованиям Закона N 132-ФЗ, - наличие финансового обеспечения и регистрация в едином федеральном реестре туроператоров (ст. 4.1 Закона N 132-ФЗ).

При формировании туристского продукта туроператор осуществляет поиск следующих контрагентов:

- организаций гостиничной сферы и иных организаций, оказывающих услуги по размещению и проживанию туристов;
- организаций-перевозчиков, других организаций, оказывающих услуги по транспортному обслуживанию, в частности организаторов чартерных программ, а также обладателей прав на такие услуги;
- организаций общественного питания и прочих организаций, оказывающих услуги по питанию туристов, а также обладателей прав на такие услуги;
- экскурсионных бюро и иных организаций, оказывающих услуги по экскурсионному обслуживанию (в частности, организаторов круизов, сафари и т.п.), а также обладателей прав на такие услуги;
- медицинских учреждений и организаций, санаториев, профилакториев и других организаций, оказывающих услуги по медицинскому обслуживанию, а также обладателей прав на такие услуги;
- организаций культуры, спорта и иных организаций, оказывающих услуги культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера, и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также обладателей прав на такие услуги;
- страховых организаций, оказывающих услуги по страхованию туристов во время турпоездки, в том числе по страхованию туристов от несчастных случаев и медицинскому страхованию;
- организаций или физических лиц, оказывающих услуги гидов-переводчиков, сопровождающих;

– организаций, оказывающих иные услуги, используемые при формировании туристского продукта;

– туроператоров по приему туристов, обеспечивающих предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

Туроператор приобретает право на услуги, входящие в тур, на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные услуги, или с туроператором по приему туристов, обеспечивающим предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

4) Расчет стоимости турпродукта

Составление стоимости турпродукта подключает ряд рубежей и операций. Определение критерий сервиса, списка предложений по размещению, питанию, транспортировке, трансферту, экскурсионной программе, встречам-проводам.

Размещение туристов. Определяется число дней пребывания и количество ночевки в гостинице, классность и местоположение гостиницы. Наиболее приемлемые цены для большинства российских туристов – на уровне двух- и трехзвездочных отелей. Анализ цен за проживание должен опираться на учет множества факторов: сезона, размера номера, особых условий (вид море; наличие балкона; пользование телевизором, телефоном, холодильником, сейфом; пользование пляжами, кортами, тренировочными залами и т.д.) В одних отелях ряд услуг предоставляется без дополнительной оплаты, в других она требуется. Основными параметрами, характеризующими условия проживания, являются категория гостиницы, ее местоположение и число проживающих в номере.

Питание. Выбирается один из вариантов.

Трансферт. Используется заказной транспорт разной классности для перевозки туристов и их багажа из аэропорта или с вокзала в гостиницу и обратно. Затраты на трансферт зависят от вида транспорта, расстояния, численности группы туристов.

Экскурсионная программа. Включает ознакомительную экскурсию по городу, посещение наиболее интересных туристских объектов (музеев, исторических памятников).

Перевозка из пункта выезда до первого пункта обслуживания. Стоимость перевозки может составлять значительную часть стоимости тура. Цена перевозок зависит от результатов поиска фирмой-туроператором наиболее выгодных условий и тарифов перевозки.

Для определения соответствия условий путешествия и цены за перевозку существуют довольно сложные параметры оценки.

Характеристики условий перелета: какой отечественной или зарубежной компанией выполняется перевозка, каким видом самолета, в каком классе, на каких условиях (регулярный или чартерный рейс), из какого аэропорта будет сделан вылет и где приземлится самолет, в какое время вылетает и прилетает самолет, каков тип рейса – беспосадочный или с посадкой.

5.4 Управление функциональным подразделением организации

1) Планирование деятельности подразделения

Планирование – это вид управленческой деятельности, связанный с составлением планов организации в целом, ее подразделений, функциональных подсистем, отделов, служб и работников. Прежде чем начать какое-либо дело, человек должен тщательно продумать, что именно, к какому сроку, какими способами и с помощью каких средств он должен сделать. В противном случае его намерения могут оказаться невыполненными. Следовательно, первой и основополагающей стадией управления любым видом целесообразной деятельности всегда является процесс постановки цели и нахождения способов ее выполнения. Именно к стадии постановки цели можно отнести предвидение, прогнозирование, планирование.

Туризм – это сложная система, которая вовлекает в сферу своего влияния различные отрасли экономики. Труд в управлении и, в значительной степени, планировании туризма специфичен и значительно отличается от этой процедуры в других отраслях, хотя на первый взгляд можно предположить, что планирование туристической организации базируется на той же основе, что и планирование любого предприятия.

Первой особенностью туризма является большая глубина его проникновения и сложность отношений между его составляющими элементами. В индустрии туризма существует множество туристических предприятий и организаций, которые так или иначе должны вписаться в единую систему управления, направленную на обеспечение долгосрочного потенциала и конкурентоспособности на рынке.

Вторая особенность туризма как объекта управления и планирования может быть представлена в виде неясных и трудноизмеримых целей. Для управления частными туристическими предприятиями, которые в своей деятельности ориентированы на получение прибыли, характерны четкие и измеримые цели – накопление ценностей, денежный поток, прибыль. Для менеджмента туристических организаций такие цели не существуют ни на уровне предприятия, ни на уровне региона.

Следующей особенностью туризма является сильное влияние заинтересованных клиентов. Туристические организации не могут ожидать от своих участников, что все они будут вести себя одинаково, потому что существуют определенные противоречия между владельцами гостиниц, местными жителями и посетителями. Именно поэтому регуляторный менеджмент очень важен.

Важнейшей особенностью туризма как объекта хозяйствования является специфика туристического продукта, его неотделимость от источника формирования. Товары в материальной форме существуют независимо от их производителя, туристическое обслуживание неотделимо от источника его создания.

В связи с тем, что при продаже туристического продукта увеличивается персональный аспект, процесс предоставления туристических услуг может быть автоматизирован в гораздо меньшей степени, чем, например, процесс производства товаров. По этой причине в управлении туризмом неизмеримо больше внимания следует уделять управлению персоналом и регулированию межличностных отношений.

Кадровая политика компании во многом влияет на ее успех. Необходимо нанимать дружелюбных, эффективных сотрудников, которые смогут создать хорошую атмосферу в разговоре с клиентом, который собирается воспользоваться услугами туристической индустрии.

Наконец, в качестве отличительной черты туризма следует выделить его сезонный характер. При решении проблемы управления в туризме это явление обязательно учитывается менеджерами туристических предприятий, поскольку колебания спроса могут существенно ухудшить условия функционирования всей туристической отрасли.

Особенности туристической отрасли как объекта управления и планирования указывают на то, что менеджеры туристического бизнеса должны считаться с тем, что эта отрасль полностью отличается от других отраслей, и поэтому невозможно механически переносить разработки или модели управления и планирования из других сфер деятельности в туристическую индустрию.

2) Организация и контроль деятельности подчиненных

Функциональное подразделение – составная часть организации, выполняющая конкретные задания и добивающаяся конкретных специфических целей. В настоящее время невозможно эффективное ведение бизнеса без четкой организации управления звеньями. В связи с этим, каждая организация должна иметь четкую организационную структуру управления, которая должна отвечать всем нормативам и правилам. Организационная структура управления – одно из ключевых понятий менеджмента, тесно связанное с целями, функциями, процессом управления, работой менеджеров и распределением между ними полномочий. В рамках этой структуры протекает весь управленческий процесс, в котором участвуют менеджеры всех уровней, категорий и профессиональных специализаций. Организации создают структуры для того, чтобы обеспечивать координацию и контроль деятельности своих подразделений и работников. Структуры организаций отличаются друг от друга сложностью, т.е. степенью разделения деятельности на различные функции; формализацией, т.е. степенью использования заранее установленных правил и процедур; соотношением централизации и децентрализации, т.е. уровнями, на которых принимаются управленческие решения. Организационная структура выражает форму разделения и кооперации труда в сфере управления и оказывает активное воздействие на процесс

функционирования предприятия. Чем совершеннее структура управления, тем эффективнее воздействие на объект управления и выше результативность работы предприятия [8].

Предприятие имеет принцип иерархичности уровней управления, при котором каждый нижестоящий уровень контролируется вышестоящим и подчиняется ему. Организационная структура, построенная в соответствии с этими принципами, получила название иерархической или бюрократической структуры. Наиболее распространенным типом такой структуры является линейно – функциональная или просто линейная структура. В туристическом агентстве предоставлен штат сотрудников из: генеральный директор, исполнительный директор и два менеджера по туризму. Далее разберем определения каждого из сотрудников.

Генеральный директор. Он решает самостоятельно все вопросы деятельности организации, действует от имени компании, представляет его интересы перед другими фирмами и организациями. Также данное лицо распоряжается в пределах предоставленному ему права имуществом предприятия, заключает договора, в том числе и по, найму работников.

Исполнительный директор является заместителем генерального директора и непосредственно выполняют роль замещающего органа.

Менеджеры по туризму. Осуществляют полное консультирование и продажу туров. Отслеживают процесс реализации туристских услуг. Выступают перед руководством с предложениями, которые позволят повысить лояльность клиентов, их удовлетворенность предоставленными услугами компании, что, в конечном счете, ведет к увеличению прибыли предприятия.

3) Оформление отчетно-планирующей документации

При оформлении туристского путешествия в офисе туроператора (турагента) 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.

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

Бланк строгой отчетности «Туристская путевка» разработан в соответствии с требованиями Федерального закона от 24.11.1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и постановления Правительства Российской Федерации от 31.03.2005 г. N 171 «Об утверждении Положения об осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники».

Турпутевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности, который является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта и оформляется после его подписания между туроператором или турагентом и заказчиком туристского продукта. [9] По своей юридической силе турпутевка приравнивается к кассовому чеку и предназначена для осуществления наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт. Турпутевка применяется туроператорами и турагентами, оказывающими услуги по реализации туристского продукта, которые обязаны вести учет бланков строгой отчетности (по сериям и номерам). Порядок учета, хранения, инвентаризации, осуществления контроля за надлежащим использованием бланков строгой отчетности «Туристская путевка» осуществляется согласно требованиям постановления Правительства РФ и других нормативных документов.

Форма бланка строгой отчетности «Туристская путевка» содержит два листа (первый лист – самокопирующий). Первый лист бланка выдается заказчику туристского продукта, второй лист остается у продавца тура, осуществляющего оформление турпутевки. Турпутевка печатается на листе любого формата типографическим способом, к ней применяются меры по обеспечению защиты от подделки. В верхней части турпутевки указывается следующая информация:

- сведения об утверждении формы бланка «Утверждена Министерством финансов РФ» с пропуском строк для заполнения числа, месяца и года утверждения;
- «Код по ОКУД» с пропуском строки для заполнения кодов формы бланка по Общероссийскому классификатору управленческой документации.

Бланк содержит шестизначный номер и серию в буквенном выражении, которые проставляются изготовителем бланков. Понятия, применяемые в бланке строгой отчетности:

- туристская путевка;
- туроператор;
- турагент;
- турист;
- заказчик туристского продукта;

– «туристский продукт».

Бланк турпутевки содержит следующие обязательные для заполнения строки:

- реквизиты туроператора;
- реквизиты турагента;
- реквизиты заказчика туристского продукта;
- реквизиты заказчика туристского продукта;
- реквизиты туриста.

В поле «Вид туристского продукта (путешествия)» указывается наименование туристского продукта (путешествия) в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН). В поле «Единица измерения туристского продукта (путешествия)» указывается количество дней на одного человека. В поле «Общая цена туристского продукта» указывается сумма в рублях, в том числе прописью. Все поля турпутевки подлежат обязательному заполнению. Поле «Туроператор/Турагент» заполняется туроператором или турагентом (в случае заключения договора о реализации туристского продукта между турагентом и заказчиком туристского продукта).

Турпутевка может быть заполнена от руки печатными буквами, а также печатным способом, в том числе с использованием компьютерной техники (за исключением полей, где туропера – тор/турагент и турист/заказчик туристского продукта ставят свои подписи). При заполнении турпутевки рекомендуется использовать чернила черного или синего цвета.

Турпутевка заполняется после подписания договора о реализации туристского продукта лицом, ответственным за совершение операции и правильность ее оформления. Испорченные или неправильно заполненные бланки не уничтожаются, а перечеркиваются и прилагаются к кассовому отчету (ведомости, реестру) за тот день, в котором они выписаны.

Бланк содержит указание на то, что турпутевка является неотъемлемой частью договора о реализации турпродукта с пропусками строк для последующего заполнения даты и номера договора. На бланке также указываются сведения об изготовителе (сокращенное наименование, ИНН, место нахождения), номер заказа и год его выполнения, тираж бланков строгой отчетности. Изготовление бланков турпутевки осуществляется в типографиях, имеющих специальное разрешение (лицензию) на изготовление бланков строгой отчетности.

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

экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования». Информационный листок содержит следующие данные:

- описание туристского путешествия: его вид, сложность, протяженность, специфические особенности;
- информация об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории и уровне комфортности) и условиях питания;
- описание программы обслуживания и услуг, входящих в состав тура;
- сведения об экскурсионном обслуживании, в том числе краткая характеристика спортивных, культурно-досуговых и рекреационных учреждений и сооружений;
- информация о способе передвижения на маршруте, в том числе условия трансфера;
- информация о наличии гида или сопровождающего в путешествии;
- перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату.

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

Памятка туриста.

1) информационный листок, содержащий сведения о социально-политических, климатических, религиозных, культурно-этнических и других особенностях страны временного пребывания. Памятка туриста может содержать иную полезную информацию для туриста, к примеру, телефоны и месторасположения посольства или консульского отдела. Она может быть издана отдельным листком или содержаться в официальном каталоге турфирмы;

2) информация об особенностях (политических, климатических, религиозных, культурных, этнических, финансовых и др.) страны пребывания, а также другая необходимая дополнительная информация, в том числе экологическая, санитарно-эпидемиологическая и др.

Памятка для туристов составляется в обязательном порядке, особенно в тех случаях, когда турист направляется в неблагоприятные по какому-либо признаку страны или регионы, например, при организации специализированных туров или в случае направления туристов в эндемические страны. Наличие таких памяток у туристов в обязательном порядке проверяется при таможенном досмотре в ряде аэропортов России. Министерством иностранных дел РФ разработана типовая памятка для выезжающих за рубеж, на основании которой туроператоры

составляют свои памятки с учетом специфики путешествия и страны (места) пребывания туристов на отдыхе.

Типовая памятка, разработанная Министерством иностранных дел Российской Федерации, включает в себя следующие разделы:

- общие рекомендации по поводу оформления документов, поведения в различных ситуациях, формы одежды и т. д.;
- рекомендации по особенностям нахождения в аэропорту и проживания в гостиницах;
- как себя вести в непредвиденных ситуациях: угрозы и нападение; поведение в общественных местах; поездки на автотранспорте; захват заложников и похищение людей; землетрясения и стихийные бедствия;
- куда обращаться и какие действия предпринимать при возникновении проблем и непредвиденных обстоятельств;
- правила поведения в случае террористических атак, совершенных правонарушений, стихийных бедствий, нападений злоумышленников и т. д.

Необходимость оформления памяток возрастает при стремлении туристов к определенным видам деятельности. Так, наиболее сложные и подробные памятки составляются турфирмами при организации приключенческих, экстремальных, спортивных туров, а также посещениях неблагоприятных в санитарно-эпидемиологическом отношении стран мира.

6 Индивидуальное задание

Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта

Расчет себестоимости единицы продукции осуществляется методом калькулирования. Калькуляция выражает расчет затрат предприятия на производство и реализацию конкретной услуги. При определении себестоимости тура учитывают 4 группы затрат:

- 1) Прямые затраты, делятся на 2 группы: производимые самим тур оператором; производимые другими организациями.
- 2) Групповые затраты связаны с производством услуг, которые потребляются всей группой.
- 3) Офисные затраты высчитывают по предыдущему году, если не планируются изменения, учитывая процент инфляции.
- 4) Налоги входящие в себестоимость (ЕСН, налоги в дорожные фонды).

Основой всех расчётов туроператорских фирм является себестоимость одного туродня.

С учётом анализа предыдущих периодов необходимо спланировать объём продаж, выраженный в кол-ве проданных туродней. Для того, чтобы определить офисные затраты на 1 туродень составляют годовой план продаж. Офисные затраты рассчитываются согласно статьям калькуляции: аренда имущества, командировки, оплата труда и ЕСН, реклама, услуги почты, связи и т.д.

При расчете прямых затрат всегда учитывается конкретные затраты по каждому туру на 1 человека:

Прямые затраты = перелет + проживание + питание + страховка + экскурсии.

При расчете групповых затрат учитывается конкретные затраты на руководителя, командировочные, гид – в расчете на 1 туриста

Гр. затраты = общие затраты на руководителя/количество человек в группе.

При расчете: Себестоимости тура = прямые затраты этого тура + групповые затраты этого тура + постоянные офисные затраты.

Цена тура = Себестоимость + 15 процентов. Себестоимость + прибыль = цена.

Цена на туристский продукт определяется методом нормативной калькуляции себестоимости услуг. Вообще калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуги (товара). При калькуляции себестоимости любой услуги важно обосновать калькуляционную единицу, принятую в качестве измерителя уровня затрат, так как потребительские свойства (качество) даже одноименной услуги часто бывают разными. Важно исчислить затраты на производство единицы услуги строго определенной потребительской стоимости.

При определении цены на услуги туризма следует исходить из следующих принципов:

- цена должна возместить туристскому предприятию затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ему функционировать на принципах самофинансирования;
- цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;
- цена должна быть гибкой, то есть обладать маневренностью и динамичностью.

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

При заключении договора с турагентами на реализацию своих туров туроператор может исходить из двух позиций. Туроператор продает турагенту туристский пакет по цене, которую он должен получить с турагента. В этом случае турагент делает надбавку в свою пользу на цену туроператора. Туроператор не вмешивается в размер установления этой надбавки. В условиях конкуренции на туристском рынке в целях полной продажи турпакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпакет для реализации по твердой фиксированной цене. В этом случае турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпакета.

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

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

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

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

Заключение

В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности.

Отечественная туристическая индустрия начала качественно изменяться и приобретать черты динамичной, эффективной и цивилизованной отрасли экономики. Изменилось отношение к туризму со стороны региональных властей и Правительства. Все большее число россиян предпочитают отдыхать в своем отечестве.

В процессе прохождения практики были приобретены практические навыки самостоятельной работы с клиентами и партнерами и опыт работы по специальности. Совместно с руководителем практики от предприятия ООО «ТА «Вокруг света» были разработаны и реализованы новые туры туристического агентства в Абхазию, Сочи, Байкал, Армению, по Приморскому краю, круизы по Золотому кольцу России, также в период прохождения практики была изучена информация по авиарейсам (бронирование, оформление, условия аннуляции авиабилетов, а также условия их приобретения по различным акциям авиакомпаний; сроки действия, стыковки и т.п.), подбору документов для визирования в различные страны. Кроме того, были получены навыки ведения деловой переписки с партнерами и туристами, оформления турпакета (оформление документов, составление программы тура, информационного листка, договора с туристом и т.п.), подбора пакета документов для визирования и непосредственно оформление виз в посольствах и консульствах г. Владивостока (Южная Корея, США), подбор документов для оформления визы (Шенген)(Приложение Б), были усвоены правила продажи туров (телефонный разговор – официальная переписка – продажа – бронирование тура – подбор документов и оформление необходимой документации).

Также, при прохождении практики были усвоены навыки правильного формирования предприятия. Функциональное подразделение туристического агентства устроено так, что каждый сотрудник взаимодействует между собой. Их работа слажена и благотворна. Для того чтобы работа была более плодотворна, необходимо правильно распределять обязанности между сотрудниками.

Расчет правильной стоимости турпродукта тоже очень важен. При расчете необходимо учитывать много тонкостей. При корректной работе также необходимо придерживаться строгой отчетности. Так уровень эффективности туристического агентства будет только

расти. В «ТА «Вокруг света» придерживаются строгой отчетности. Они всегда четко прорабатывают каждого туриста, учитывают их пожелания и подбирают необходимый турпакет. К каждому туристу относится свой подход. Им объясняли все тонкости въезда, необходимости в поездке и т.д.

На сегодняшний день ООО «ТА «Вокруг света» на рынке туристских услуг занимает достойное место, и вполне может конкурировать с крупными фирмами, в этом заслуга трудового коллектива фирмы, который старается соответствовать ожиданиям клиентов сделать тур безопасным и интересным. Все это выполняется с азартом, поэтому клиенту с сотрудником компании всегда будет легко достигнуть взаимопонимания.

Список использованных источников

- 1 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 02.07.2021). Статья 1. Основные понятия. //СПС «Консультант плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 16.03.2023)
- 2 Об обществах с ограниченной ответственностью: Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 02.07.2021, с изм. 25.02.2022). Статья 2. Основные положения об обществах с ограниченной ответственностью. //СПС «Консультант плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/ (дата обращения: 16.03.2023)
- 3 Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма: Приказ Минздравсоцразвития Российской Федерации от 12.03.2012 N 220н. Глава 3. Квалификационные характеристики работников, осуществляющих турагентскую деятельность. //СПС «Консультант плюс» - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_128025/ (16.03.2023)
- 4 Акцион. Информационно-аналитическая система: [сайт]. – URL: <https://www.gd.ru/> (дата обращения: 20.03.2023)
- 5 Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма: Приказ Минздравсоцразвития Российской Федерации от 12.03.2012 N 220н. Глава 3. Квалификационные характеристики работников, осуществляющих турагентскую деятельность. //СПС «Консультант плюс» - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_128025/ (дата обращения: 20.03.2023)
- 6 Википедия. Продвижение: [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/> (дата обращения: 20.03.2023)
- 7 Справочник. Страховое возмещение в туризме: [сайт]. – URL: <https://spravochnick.ru/> (дата обращения: 20.03.2023)
- 8 Научные статьи. Функциональное подразделение: [сайт]. – URL: <https://bank.nauchniestati.ru/> (дата обращения: 23.03.2023)

Приложение А

(обязательное)

Договор о реализации туристского продукта

Форма примерного договора о реализации туристского продукта

г. _____ « ____ » _____ 20__ г.
 _____,
(полное наименование юридического лица / ФИО индивидуального предпринимателя)
 в лице _____, действующего на основании _____, далее
 именуемое «Туроператор/Турагент», с одной стороны, и
 _____,
(ФИО лица, заказывающего туристический продукт / лицо, выступающее от имени туриста, в т.ч. законный представитель несовершеннолетнего туриста)
 в дальнейшем именуемый «Заказчик», с другой стороны, совместно именуемые
 «Стороны», заключили настоящий договор (далее – «Договор») о
 нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1 Туроператор/Турагент обязуется на условиях и в сроки, установленные настоящим Договором, реализовать Заказчику комплекс туристских услуг по перевозке и размещению (далее – «Туристский продукт»), а Заказчик принять и оплатить указанный туристский продукт.

Информация о туристе/туристах, а так же характеристики и потребительские свойства Туристского продукта указываются в заявке на бронирование (далее – Заявка) (Приложение № 1 к Договору), которая является неотъемлемой частью настоящего Договора.

1.2 Туристский продукт, соответствующий характеристикам, указанным в Заявке, формируется Туроператором _____, сведения о котором содержатся в Приложении № 2 к Договору.

1.3 Услуги, входящие в Туристский продукт, оказываются Туроператором непосредственно или с привлечением третьих лиц.

1.4 Турагент осуществляет реализацию Туристского продукта на основании договора с Туроператором от «__» _____ 20__ г., сформировавшим Туристский продукт.

2. Цена и порядок оплаты Туристского продукта

2.1 Общая цена Туристского продукта указана в Приложении № 1 к Договору. Оплата по Договору осуществляется в рублях посредством наличных и безналичных расчетов.

2.2 Оплата Туристского продукта осуществляется Заказчиком в следующем порядке:

2.2.1 при заключении настоящего Договора Заказчик оплачивает Туроператору/Турагенту предоплату в размере _____% от его общей стоимости туристического продукта. Оставшаяся сумма подлежит оплате

Приложение Б

(обязательное)

Шенгенская виза

Фотография (3,5x4,5 см)				ГЕНЕРАЛЬНОЕ КОНСУЛЬСТВО ВЕНГРИИ г. Алматы	
Заявление о выдаче шенгенской визы Бесплатная анкета Анкета должна быть заполнена латинскими буквами и подписана лично заявителем!					
1. Фамилия/-и:		2. Девичья фамилия (прежняя/ие фамилия/-и):		Kizárólag nagykövetségi/konzuli használatra	
3. Имя/имена и отчество:				A kérelem kelte:	
4. Дата рождения (год-месяц-день):		5. Номер внутреннего общегражданского паспорта:		Ügyintéző:	
6. Город (населенный пункт) и страна рождения:				Igazoló okmányok:	
7. Гражданство/-а в настоящее время:		8. Гражданство по рождению:		☐ Érvényes útlevél ☐ Anyagi fedezet ☐ Meghívás ☐ Közlekedési eszköz	
9. Пол: ☐ Мужской ☐ Женский		10. Семейное положение: ☐ холост/не замужем ☐ женат/замужем ☐ живу отдельно с супругой/-ом ☐ разведен/-а ☐ вдовец/вдова ☐ иное		☐ Egészségbiztosítás	
11. Ф.И. отца:		12. Девичья Ф.И. матери:		☐ Egyéb:	
13. Тип паспорта: ☐ заграничный ☐ дипломатический ☐ служебный ☐ проездной документ (Конвенция 1951 г.) ☐ проездной документ для иностранного гражданина/лица без гражданства ☐ паспорт моряка ☐ иное (указать):				☐ Vízum: ☐ Elutasítva ☐ Megadva	
14. Номер паспорта:		15. Кем выдан:			
16. Дата выдачи:		17. Срок действия:			
18. Есть ли у Вас разрешение на обратный въезд в страну временного проживания? (Заполняется нерезидентами) ☐ Нет ☐ Да, номер и срок действия:					
* 19. Занимаемая должность (или студент, школьник, пенсионер и др.):				A vízum jellemzői:	
* 20. Название, адрес и телефон работодателя (для учащихся – название и адрес учебного заведения):				☐ LTV ☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ D + C	
21. Страна основного назначения:	22. Категория визы: ☐ транзит-аэропорт ☐ транзитная ☐ краткосрочная	23. Виза: ☐ индивидуальная ☐ групповая			
24. Запрашиваемое количество въездов ☐ один ☐ два ☐ многократный		25. Срок пребывания: Виза запрашивается на: дней.		Beutazások száma:	
26. Визы, полученные в течение 3-х последних лет, и срок их действия:				☐ 1 ☐ 2 ☐ Több	
27. В случае транзита: имеется ли разрешение на въезд в страну назначения? ☐ нет ☐ да, срок действия до: кем выдано:				Érvényes:	
* 28. Предыдущие поездки с посещением Венгрии или других государств-участников Шенгенского соглашения:				Engedélyezett napok	

Рисунок Б. 1 – Шенгенская виза

Индивидуальное задание по производственной практике

Студентка Измугденова Ангелина Дмитриевна,
обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику в
объеме 180 часов с «13» марта 2023 г. по «15» апреля 2023 г.
в организации ООО «Туристическое агентство «Вокруг света», 690091, г. Владивосток, ул.
Уборевича, 28.

Виды и объем работ в период производственной практики

<i>№ п/п</i>	<i>Вид работ</i>	<i>Кол-во часов</i>
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Осуществление маркетинговых исследований.	7
3	Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	8
4	Распространение рекламных материалов и сбор информации.	8
5	Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	8
6	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.	8
7	Составление турпакета с использованием иностранного языка.	8
8	Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	8
9	Оформление страховых полисов.	8
10	Работа с заявками на бронирование турпродукта. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	8
11	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	8
12	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам.	8
13	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	8
14	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Контроль наличия туристов.	8
15	Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб.	8
16	Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб.	8
17	Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности.	8
18	Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	8
19	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	8
20	Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой.	8
21	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий.	8

	Осуществление хранения и поиска документов.	
22	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	8
23	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «13» марта 2023 г.

Срок сдачи отчета по практике «15» апреля 2023 г.

Подпись руководителя практики

 / Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Измугденова Ангелина Дмитриевна, обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику в объеме 180 часов в с «13» марта 2023 г. по «15» апреля 2023 г.

в организации ООО «Туристическое агентство «Вокруг света», 690091, г. Владивосток, ул. Уборевича, 28.

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 туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний. Распространение рекламных материалов и сбор информации. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	Отлично
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Составление турпакета с использованием иностранного языка. Работа с заявками на бронирование турпродукта. Консультирование партнеров по турпродуктам. Предоставление информации турагентам по рекламным турам.	Отлично

	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оформление страховых полисов. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	Отлично
Итоговая оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			Отлично
Управление функциональным подразделением организации	ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб. Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	Отлично
	ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Контроль наличия туристов. Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб. Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	Отлично

	ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию	Ведение деловой документации. Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой. Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов. Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	Отлично
Итоговая оценка по ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации			Отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:
Освоены на продвинутом уровне

Дата 15 апреля 2023 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия


подпись
М.П.


Бойко Е. Ю.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студент Измугденова Ангелина Дмитриевна

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

Группа С-ТУ-21

Место прохождения практики ООО «ТА «Вокруг света», Приморский край,
г. Владивосток, ул. Уборевича, 28.

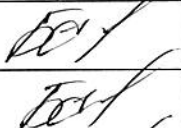
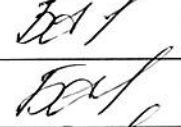
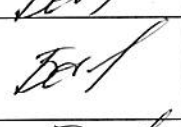
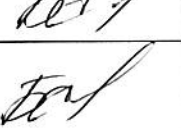
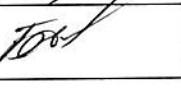
Сроки прохождения с «13.03.2023» по «15.04.2023»

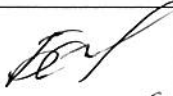
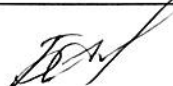
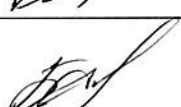
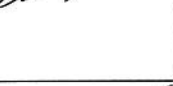
Инструктаж на рабочем месте «13» марта 2023 г



Бойко Е. Ю.

подпись

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
13.03	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности. Осуществление маркетинговых исследований.	5	
14.03	Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	5	
15.03	Распространение рекламных материалов и сбор информации.	5	
16.03	Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	5	
17.03	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.	5	
18.03	Составление турпакета с использованием иностранного языка.	5	
20.03	Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	5	
21.03	Оформление страховых полисов.	5	
22.03	Работа с заявками на бронирование турпродукта. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.	5	
23.03	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	5	
24.03	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам.	5	
25.03	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	5	
27.03	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Контроль наличия туристов.	5	
28.03	Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб.	5	
29.03-30.03	Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб.	5	

01.04-03.04	Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности.	5	
05.04-06.04	Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	5	
07.04-08.04	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности. Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	5	
10.04	Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с офисной техникой.	5	
11.04	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов.	5	
12.04	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	5	
13.04-14.04	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	5	
15.04	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель

М.П.



Бойко Е. Ю.

Характеристика деятельности студента
Измугденова Ангелина Дмитриевна
группы С-ТУ-21 при прохождении производственной практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к своей будущей профессии	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 3.1	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	Высокий
ПК 3.2	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Высокий
ПК 3.3	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Высокий
ПК 3.4	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	Высокий
ПК 4.1	Планировать деятельность подразделения	Построение управленческой деятельности	Высокий
ПК 4.2	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Организация управленческих команд	Высокий
ПК 4.3	Оформлять отчетно-планирующую документацию	Осуществлять ведение деловой документации	Высокий

Руководитель практики (от организации) _____

Бойко Е. Ю.

М.П.

Характеристика

За время прохождения производственной практики в ООО «ТА «Вокруг света» студентка Измугденова Ангелина Дмитриевна проявила себя как дисциплинированный и исполнительный сотрудник. Соблюдала рабочий режим, добросовестно и ответственно относилась к выполнению поручений.

В работе ее можно охарактеризовать как целеустремленного человека, обладающего необходимыми знаниями и быстро усваивающего новую информацию. Активно стремится к приобретению новых знаний и навыков. Внимательна к критике в адрес своей работы, в следствии ошибки, исправляет и делает необходимые выводы.

При выполнении производственной программы практики приобрела следующие навыки:

- ознакомление с функционированием туристической организации, ее работой;
- работа с клиентами;
- изучение и работа с визами;
- составление документации, необходимой при работе с туристами;
- изучение технологий досуговой деятельности предприятия;
- анализ претензий туристов;
- составление потенциального туристского продукта;
- взаимодействие с различными турагентствами;
- работа с заявками туристов;
- разработка рекламных материалов и их распространение;
- работа с официальными документами.

Ко всем поручениям и заданиям производственной практики относилась ответственно, аккуратно и добросовестно выполняла свою работу.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации _____

Бойко Е.Ю.



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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Измугденова Ангелина Дмитриевна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-21-1
согласно приказу ректора № 1511-с от 01.03.2023 года
направляется в ООО "Туристическое агентство "Вокруг света", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 5 недель с 13.03.2023 года по 15.04.2023 года.

Руководитель практики Ермолович Д.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО „ТА „Вокруг света“	15.03.2023 г.	
ООО „ТА „Вокруг света“	15.04.2023 г.	