

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

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю
ПМ.01 «Предоставление турагентских услуг»

ПМ.02 «Предоставление услуг по сопровождению туристов»

ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 «Туризм»

период с «28» ноября по «25» декабря 2023 года

Студент группы
СО-ТУ-21-1



А.И. Гераскина

ООО «АртемТур»:

Руководитель практики
от предприятия



Т.П. Пахота

Отчет защищен:
с оценкой отлично

Руководитель
практики от ОО



И.В. Григорьевская

Владивосток 2023

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «АртемТур».....	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «АртемТур».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия.....	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	7
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	9
1.5 Перспективы развития предприятия.....	9
2 Организационно–технологические аспекты деятельности ООО «АртемТур»	11
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	11
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	11
2.3 Информационные технологии предприятия.....	12
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	14
4 Система обеспечения безопасности.....	15
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	16
6 Индивидуальное задание.....	39
Заключение.....	40
Список использованных источников.....	41
Приложение А. Схема проезда к ООО «АртемТур».....	42
Приложение Б. Организационная структура предприятия.....	43

Введение

Туризм – поездка либо путешествие с целью отдыха в оздоровительных, культурно-познавательных, спортивных, гастрономических и иных целях, кроме трудоустройства и получения заработка. Туризм – это не только путешествия и отдых, но и важная сфера экономики. Индустрия туризма охватывает предприятия различных отраслей, из продукции и услуг которых туроператор создает привлекательный для потребителя туристский продукт.

Значение туризма в современной социально–экономической жизни развитых стран с каждым годом возрастает, и этот факт позволяет говорить о формировании «общества, ориентированного на досуг» или «общества отдыха».

Туризм играет очень важную роль в современной экономике, он является ведущим сектором, который способствует притоку иностранной валюты, обеспечивает рабочие места и повышает уровень жизни населения. Туристская индустрия имеет огромный потенциал для роста и развития. С развитием технологий и увеличением доступности путешествий, число туристов постоянно увеличивается. Различные страны и регионы разрабатывают маркетинговые стратегии и продвигают свои уникальные туристические предложения, чтобы привлечь больше посетителей.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе, необходимо иметь знание о международных правовых нормах и правилах, практике туристского менеджмента и маркетинга. Прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Туристские компании сейчас отличаются тем, что могут удовлетворить потребности почти каждого человека, благодаря огромному множеству услуг, которые они предоставляют. В г. Артем совсем немного компаний, предоставляющих туристские услуги, но зато эти фирмы отличаются отличным качеством своих туристских продуктов.

Рекомендуется подходить к выбору туристской фирмы наиболее внимательно. В зависимости от навыков менеджера заинтересовать клиента, от его внешнего вида, умения держаться, от владения профессиональными навыками у туриста складывается общее впечатление о фирме. Поэтому каждый менеджер по туризму должен владеть необходимой культурой общения, методикой работы, соблюдать нормы и правила этики.

Целью производственной практики является закрепление знаний, полученных на практических занятиях, приобретение практических навыков в области следующих компетенций: предоставление турагентских услуг, предоставление услуг по сопровождению туристов, предоставление туроператорских услуг.

Задачи практики:

- осуществление маркетинговых исследований;
- проведение анализа деятельности других туркомпаний;
- ведение документооборота с использованием информационных технологий;
- распространение рекламных материалов и сбор информации;
- использование эффективных методов общения с клиентами на русском и иностранном языках;
- работа с запросами клиентов;
- работа с информационными и справочными материалами;
- составления программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- работа с агентскими договорами;
- работа заявками на бронирование турпродукта;
- анализ контроля качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг;
- ведение деловой документации;
- разработка должностных инструкций;
- работа с различными техническими средствами современного офиса;
- анализ технико-экономических показателей предприятия;
- анализ эффективности использования материальных ресурсов;
- анализ трудовых ресурсов предприятия;
- анализ затрат на производство;
- составления отчета по практике.

В качестве примера для исследования была выбрана туристская фирма ООО «Артем-Тур».

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «АртемТур»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «АртемТур»

Название компании: Турагентство ООО «АртемТур». Местонахождение: 692760 , Приморский край , г.Артем, ул.Кирова д.39а ,оф.21/1. Часы работы: понедельник–пятница 10:00–18:00; суббота 10:00–14:00; воскресенье выходной. Телефоны: 8(432)374-33-08, 8(902)077-51-08, 8(902)077-51-09 (Приложение А).

ООО «АртемТур» – многопрофильное туристическое агентство, предоставляющее полный комплекс туристических услуг. Созданное командой профессионалов в области туризма, туристическое агентство ООО «АртемТур» успешно зарекомендовало себя на рынке. Высокий профессионализм нашего персонала и договорные отношения с ведущими туроператорскими компаниями являются неоспоримой гарантией Вашего путешествия. Их основная цель и задача помочь Вам реализовать задуманное путешествие.

Популярность туристического агентства «АртемТур» среди клиентов объясняется добросовестной, надежной и качественной работой всех сотрудников фирмы, которые высокопрофессиональны и полностью компетентны в организации любых туров в различных направлениях.

Менеджеры агентства ООО «АртемТур» досконально знают туристический продукт, трепетно и чутко относятся к каждому клиенту. На всех этапах путешествия высококвалифицированные специалисты агентства обеспечат Вам заботу и окажут повышенное внимание. Их основное желание, чтобы Вы обращались к ним снова и снова и становились их постоянными клиентами.

Основные сферы деятельности компании:

- выездной туризм,
- внутренний туризм,
- обслуживание корпоративных заказчиков,
- бронирование и продажа авиационных билетов.

Также на данный момент компания предлагает туры не только по России и Приморскому краю, но и в Сербию, Грузию, КНР и республику Абхазию.

Основные преимущества туристской фирмы заключаются в том, что у нее есть база лучших предложений от ведущих туроператоров, которая ежедневно обновляется и позволяет удовлетворить требования самого взыскательного туриста, также агентское вознаграждение компании платит туроператор, а не клиент, поэтому у нее выгодные цены по всем турам, включая горящие туры и спецпредложения. Компания постоянно расширяем спектр своих предложений: пляжные, экскурсионные и комбинированные туры, круизы, специализированные туры (горнолыжные и тому подобное), VIP-туры, отдых с детьми.

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

Документы туристской фирмы «АртемТур» можно разделить на три большие группы, относящиеся к разным видам деятельности: учредительные и иные разрешительные документы; документы, относящиеся к разработке туров; документы, выдаваемые туристам.

Учредительные документы – это пакет документов, который является юридической основой деятельности организации, определяет ее правовой статус, на их основании действует сама компания. Обычно учредительными документами признается устав фирмы, но для полного товарищества устав отсутствует и таким документом будет учредительный договор.

К учредительным документам предприятия ООО «АртемТур» относятся:

- устав предприятия (свод правил, устанавливающих порядок и организацию деятельности предприятия);
- учредительный договор или решение учредителя о создании предприятия;
- заявление учредителя или лица, уполномоченного учредителями, для государственной регистрации;
- свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц;
- свидетельство о постановке на учет в налоговой инспекции по юридическому адресу;
- лицензии;
- договор об учреждении;
- список участников;
- протокол о назначении генерального директора.

Организационно-правовая форма – признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта, фиксирующая способ закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом и вытекающие из этого его правовое положение и цели деятельности.

Примеры организационно-правовых форм:

- а) акционерное общество (АО);
- б) общество с ограниченной ответственностью (ООО);
- в) индивидуальное предпринимательство (ИП).

Компания «АртемТур» является обществом с ограниченной ответственностью. Обществом с ограниченной ответственностью, в свою очередь, является это учреждённое одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами хозяйственное общество, уставной капитал которого разделён на доли. При этом участники общества – учредители не отве-

чают 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 (см. п.1 ст. 2 Федерального закона от 08.02.1998 N 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

Участники общества обязаны: оплачивать доли в уставном капитале общества в порядке, в размерах и в сроки, которые предусмотрены Федеральным законом и договором об учреждении общества; а также не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества.

Кроме этого, такая организация имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Общество с ограниченной ответственностью считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации в порядке, установленном федеральным законом о государственной регистрации юридических лиц. При этом ООО создается без ограничения срока, если иное не установлено его уставом.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – это схема, по которой сотрудники, отделы и подразделения взаимодействуют между собой. Она определяет, кто принимает решения; кто и как ставит сотрудникам задачи; кто и за что отвечает; кто, с кем и по каким правилам взаимодействует. Организационная структура дает четкое понимание того, в каком направлении движется компания. Ясная структура – это инструмент, с помощью которого можно придерживаться порядка в принятии решений и преодолевать различные разногласия. Благодаря ей люди, присоединяющиеся к группе, имеют отличительные черты. В то же время и сама группа обладает определенными особенностями. Данная структура формируется неизбежно. Любая организация по определению подразумевает какую-то структуру.

Основные функции организационной структуры:

- давать понимание, в каком направлении движется компания;
- распределять задачи бизнеса по подразделениям;
- обозначать и фиксировать порядок принятия решений;
- определять ответственность и компетентность каждого подразделения в решении задач;
- формировать связи между сотрудниками.

Управление ООО «АртемТур» происходит на линейном уровне, относящийся к вертикальной структуре (Приложение Б).

Линейная (функциональная) структура – это самый простой вариант. Он предполагает, что в компании есть единоличный руководитель. Ему напрямую подчиняются линейные руководители. А каждый из них, в свою очередь, имеет в подчинении рядовых сотрудников.

В штате турагентства «АртемТур» работают: генеральный директор, заместитель директора, менеджер по туризму.

Генеральный директор – руководитель крупной многопрофильной государственной, коммерческой либо некоммерческой организации. Руководитель осуществляет полный контроль над деятельностью организации. Это главное действующее лицо в любой компании. Все функции генерального директора заключаются в его руководстве финансовой и хозяйственной деятельностью. Он контролирует деятельность организации. От решений, принимаемых генеральным директором, зависит эффективность работы предприятия и сохранность капитала. Именно он определяет стратегию развития предприятия и контролирует ход работы сотрудников.

Основные должностные обязанности генерального директора представляют из себя следующее:

- организация работы с целью осуществления эффективного взаимодействия подразделений Общества;
- обеспечение выполнения всех обязательств Общества перед кредиторами;
- организация ведения бухгалтерского учета, обеспечение составления всех форм отчетности;
- осуществление комплекса мер по контролю выполнения сотрудниками Общества требований законодательства РФ, внутренних нормативных документов Общества и должностных обязанностей;
- предоставление сведений, отчетности о деятельности Общества общему собранию акционеров, Совету Директоров и ревизорам Общества.

Менеджер по туризму – сотрудник агентства, специалист по планированию туров и путешествий, он управляет людьми, которые задействованы в этом же направлении.

В должностные обязанности менеджера по туризму входит: консультирование клиентов по туристским продуктам и сервисам компании, подбор и продажа индивидуальных и групповых туров, расчет стоимости туров, бронирование билетов, гостиниц, выполнение плана продаж, анализ рынка туристических услуг, развитие направлений, разработка новых туров, подготовка и оформление документов (визы, загранпаспорта, страховка и тому подобное), заключение договоров, взаимодействие с туроператорами, работа с рекламациями.

Турфирма «АртемТур» активно использует компьютерные технологии, компьютеры всех сотрудников связаны в локальную сеть, имеют подключение к Интернету. Работает сис-

тема, которая обеспечивает ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок. Программа позволяет обеспечить вывод информации в форме различных документов: списков туристов, описаний туров, гостиниц, может рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, так же автоматически производится оплата туров, позволяет получить финансовую отчетность, имеет другие возможности.

Управленческая структура ООО «АртемТур» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственный, современный офис, полностью оснащенный необходимым техническим оборудованием и обширной информацией в виде буклетов, проспектов и наглядной информации.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Компания «АртемТур» специализируется в области организации детского отдыха, предлагает пляжные, экскурсионные и комбинированные туры, круизы, специализированные туры (горнолыжные и тому подобное), VIP-туры.

Особой популярностью пользуются экскурсионные туры по России, КНР, Сербии, Грузии и Абхазии.

Компания 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 и экскурсионные услуги.

Турфирма «АртемТур» сотрудничает не только с такими турфирмами как «Tez Tour», «Pegas Touristik», «Фрегат Аэро», «Дальинтурист», «Mostravel», «Библио Глобус», «Дельфин», «Алеан», но и с круизной компанией «Breeze Line» и детским лагерем отдыха «Ритм-10».

Предприятие ориентировано как на внутренний рынок (туры по Приморскому краю и России), так и международный (туры за границу).

Рынок туристских услуг в Артеме является достаточно гибким на данный момент, в городе насчитывается около 6 рабочих и продвигающихся турагентств, турцентров и других организаций, осуществляющих туристские услуги. Анализируя данный факт, данное предприятие является сильным игроком на рынке туруслуг, о чем говорит его популярность среди жителей этого города.

В деятельность турагентства «АртемТур» входят следующие функции:

- обслуживание корпоративных заказчиков;
- бронирование и продажа авиационных билетов.

1.5 Перспективы развития предприятия

На данный момент на туристическом рынке Приморского края существует более 180 туристских фирм, существенно усилилась борьба за клиентов. Поэтому конкурентное преимущество получают те туристские фирмы, которые эффективнее используют внутренние ресурсы. Ежегодно сотрудники турагентства сами прокладывают маршруты с полной информацией о странах, курортах, отелях и экскурсиях. За эти годы компания ООО «АртемТур» приобрела немало постоянных клиентов и партнеров, многие выбирают именно данную турфирму, прежде всего потому, что её отличает надежность, высокое качество работы и уважение к клиентам.

Для эффективного развития предприятия очень важно наперед продумать план всей его дальнейшей деятельности, смоделировать весь план, чтобы предприятие смогло процветать на протяжении многих лет.

Получение прибыли – цель любой коммерческой организации, ведь без неё невозможно развитие. Благодаря основным показателям прибыльности предприятие может понять, в каком именно направлении ему двигаться для достижения наилучшего результата, для эффективного осуществления своих функций в рамках не только своего предприятия, но и всего туристского рынка.

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

Основной результат деятельности маркетинга в туризме – параметры эффективности управленческих решений в туристских организациях. Менеджеры разрабатывают своевременные, высокоэффективные решения и могут предоставить потребителям турпродукты. Система управления качеством туристической организации – это совокупность взаимосвязанных элементов, основной целью которой является удовлетворение запросов потребителей, предоставление им услуг и турпродуктов высокого качества. Важно отметить, что почти все турфирмы ориентированы на предпочтения клиента, при этом любая турфирма должна стремиться завоевать покупательское расположение и доверие. Именно поэтому маркетинговые усилия должны быть направлены на формирование прочных предпочтений у действительных и потенциальных клиентов.

2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «АртемТур»

2.1 Анализ деятельности предприятия

Компания «АртемТур» специализируется в области организации детского отдыха, предлагает пляжные, экскурсионные и комбинированные туры, круизы, специализированные туры (горнолыжные и тому подобное), VIP-туры.

Особой популярностью пользуются экскурсионные туры по России, КНР, Сербии, Грузии и Абхазии.

Компания стремительно развивается на рынке туристских услуг Приморского края. 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 и экскурсионные услуги.

Турфирма «АртемТур» сотрудничает не только с такими турфирмами как «Tez Tour», «Pegas Touristik», «Фрегат Аэро», «Дальинтурист», «Mostravel», «Библио Глобус», «Дельфин», «Алеан», но и с круизной компанией «Breeze Line» и детским лагерем отдыха «Ритм-10».

Предприятие ориентировано как на внутренний рынок (туры по Приморскому краю и России), так и международный (туры за границу). Рынок туристских услуг в Артеме является достаточно гибким на данный момент, в городе насчитывается около 6 рабочих и продвигающихся турагентств, турцентров и других организаций, осуществляющих туристские услуги. Анализируя данный факт, данное предприятие является сильным игроком на рынке турслуг, о чем говорит его популярность среди жителей этого города.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Персонал предприятия – это совокупность постоянных работников, которые получили необходимую профессиональную подготовку и (или) имеют опыт практической работы. Кроме постоянных работников, в деятельности предприятия могут принимать участие другие трудоспособные лица на основе временного трудового договора (контракта). Персонал составляет очень важную организационную структуру, которая помогает компании процветать, но для этого ему необходимо знать:

- закон РФ «О защите прав потребителя»;
- должностные обязанности;
- нормативные и законодательные документы в области туризма;
- туристские формальности;

– иностранный язык, который наиболее часто используется в деятельности фирмы.

Этика поведения в ООО «АртемТур»:

- персонал должен быть дружелюбным и терпеливым;
- начинать диалог с приветствия;
- проявлять уважение и интерес к посетителю;
- иметь располагающий внешний вид.

Культура предприятия подразумевает под собой модель поведения внутри организации, сформированная в процессе функционирования компании и разделяемая всеми членами коллектива. Это некая система ценностей, нормы, правила, традиции и принципы, по которым живут сотрудники.

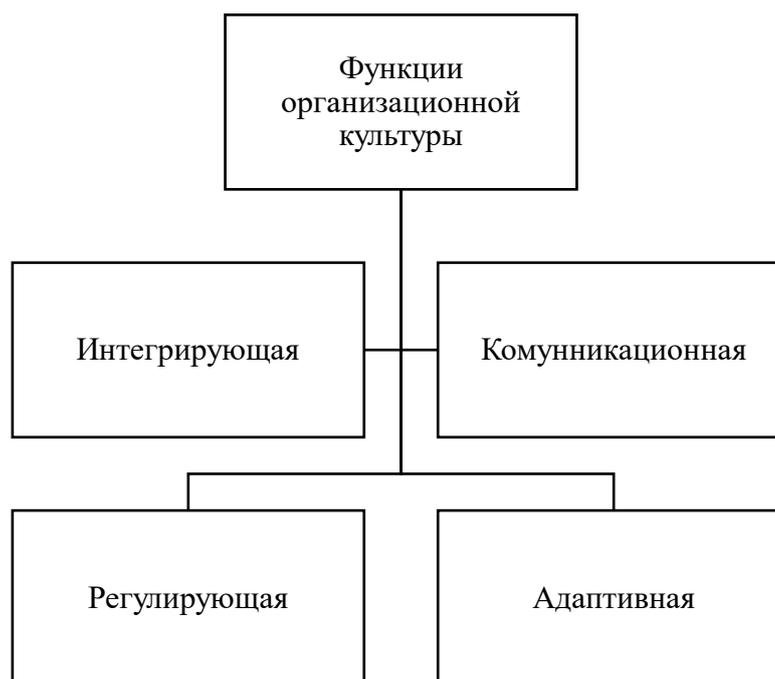


Рисунок 1 – Функции организационной культуры

Важно, чтобы корпоративная культура была понятна каждому сотруднику, особенно новичку, ведь имеет особую силу, благодаря которой поддерживается весь механизм организационной системы.

Также хочется отметить, что сотрудники «АртемТур» знают своё дело, ведь выполняют свою работу добросовестно, надёжно и качественно, что объясняется их высоким профессионализмом и компетентностью в организации любых туров в различных направлениях.

2.3 Информационные технологии предприятия

Применение информационных технологий ориентировано в первую очередь на автоматизацию профессионального труда конкретных специалистов. Решается эта задача за счет использования современных технических средств обработки, хранения и передачи информации. Они выбираются, исходя из объема и сложности выполняемых на предприятии (в орга-

низации) задач, уровня развития информационных технологий в данной сфере человеческой деятельности (при наличии соответствующих денежных средств).

«АртемТур», как и многие другие, по сей день используют не только нестареющие и удобные Excel-таблицы, приспособленные для ввода заявок и проставления отметки об оплате, но и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы турфирмы. Можно выделить следующие уровни или этапы автоматизации:

- офисная оргтехника (телефоны, факсы, ксероксы);
- компьютеры со стандартным программным обеспечением типа Microsoft Office;
- специальное программное обеспечение – так называемый TourInform, через эту программу сотрудники осуществляют бронирование, заносят людей в базу, выкупают билеты на приграничные маршруты.

- наличие своих Интернет-сайтов.

Информационное поле предоставляет широкие возможности для продажи туристических услуг. Так, практически все туристские организации имеют свои сайты, информационные ресурсы, которые позволяют им делиться различной информацией со своими клиентами. Туризм – это сфера экономики, которая остро нуждается в информационных технологиях, потому что от скорости обработки информации напрямую зависит ее функционирование. Услуга туризма – это не обычный товар, а продукт, который приобретается на удаленном расстоянии и заранее. Таким образом, успех продаж зависит от визуального оформления, размещенного описания туристического продукта, выставленных фотографий, наличия собственного сайта или приложения и так далее.

На информатизацию данной отрасли влияют следующие факторы:

- комплексность оказываемой услуги. В том числе туристический продукт информационно насыщен, при его формировании применяется множество информационных технологий;

- информационные системы используются в сфере обслуживания. Так, именно на работе информационных систем базируются сайты, работа авиалиний, электронной почты, средств сообщения, телефонных сетей, систем видеонаблюдения, бронирования и так далее. Более того, системы отдельной гостиницы, например, могут быть связаны с более глобальными системами. Следовательно, информационные технологии интегрированы в систему гостиничного и туристического бизнеса;

- туризм – высоко интегрированная услуга, а потому информационные технологии также используются в сфере организации и управления.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение на рынке как самой турфирмы «АртемТур», так и ее туристского продукта является важнейшим направлением маркетинга. Из ФЗ «Об основах туристской деятельности» продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и тому подобное.

Продвижение туристского продукта может происходить разными способами, из них можно выделить: рекламную кампанию, стимулирование сбыта (продаж), персональные продажи, связи с общественностью. Благодаря всем перечисленным методам туристская компания может привлечь внимание потенциальных потребителей и вызвать у них интерес, который приведёт их к желанию покупать товар и услуги.

В маркетинге также очень важным мероприятием является стимулированием продаж – совокупность мер, реализуемых фирмой с целью содействия и развития сбытовой деятельности предприятия. Оно может быть направлено на потребителей (покупателей), рыночных торговых посредников и собственный торговый персонал фирмы.

Стимулирование покупателей как процесс имеет определенные цели и задачи. Его основной целью считается побуждение потенциального или реального покупателя к определенным действиям, выгодным для фирмы, производящей и/или реализующей товар. Также еще одной целью стимулирования покупателей может выступать формирование и укрепление их потребительской лояльности к фирме и ее продукции. Основными задачами стимулирования покупателей выступают:

- побуждение покупателя к немедленному приобретению товара или услуги у конкретной марки и конкретного продавца здесь и сейчас;
- стимулирование покупателей к повторному совершению покупок в будущем;
- убеждение потребителей в необходимости покупки других товаров (дополняющих или объединенных общей торговой маркой);
- поддержание потребительской лояльности; укрепление общего образа торговой марки и прочее.

Таким образом, продвижение на рынке турфирмы ООО «АртемТур» и ее туристского продукта является важнейшим направлением маркетинга, которое позволяет предприятию развиваться, получая коммерческую прибыль.

4 Система обеспечения безопасности

«АртемТур» всегда очень трепетно и беспокойно относится к безопасности своих клиентов, ведь их безопасность – одна из их главных задач.

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

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества. ГОСТ 50644–2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» классифицирует факторы риска следующим образом. Травмоопасность, например, ушибы, переломы от падения различных предметов, потертости, ссадины от неудобного туристского снаряжения. Также это может быть воздействие окружающей среды, такие как повышенные или пониженные температуры, влажность, ветер, перепады давления. Далее идет пожароопасность, а именно, разведение костров, курение в неположенных местах, пользование неисправными электроприборами и другое.

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

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

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

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

Безопасность туристов обеспечивается страховкой, которая сможет в любое время возместить нанесенный ущерб. Также «АртемТур» всегда проинформирует вас о том, как следует себя обезопасить, чтобы ваше путешествие прошло наилучшим образом.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

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

Турагентство «АртемТур» занимается продажей уже готовых туристских продуктов, созданных туроператорами и здесь важно понимать некоторые моменты.

Туроператор – это юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по формированию (созданию или проектированию) туристского продукта, его продвижению на рынок, а также по реализации.

Первые две функции туроператора относительно понятны. Под формированием тура понимается составление упорядоченных и взаимосвязанных по срокам, целеполаганию, согласованной по стоимости и качеству, последовательности услуг и работ, заключение договоров на их предоставление, надлежащее бронирование и резервирование. Под продвижением понимается комплекс работ по генерации мотивации у потенциального потребителя к их приобретению или более упрощенно: по рекламе туров и услуг (хотя это не одно и то же). Иными словами, туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам.

Последние функции требуют пояснения. Термин «реализация» имеет двоякое толкование: а) продажа, б) исполнение. По классической схеме деятельности – туроператор осуществляет только оптовую продажу туристского продукта туристским агентам–оптовикам, которые далее распределяют продукт по районам и регионам и продают через местные туристские агентства. Оптовики именуются *wholesalers*.

Розничную продажу туров собственно потребителю – туристу – осуществляет туристское агентство (или для краткости – турагентство), иногда туроператор при себе формирует особое структурное подразделение – центральное туристское агентство по розничной продаже туров, занимающееся не только обслуживанием туристов, но и координацией всей агентской работы. На практике среди предприятий сферы туризма количество туроператоров не более 5 %, а турагентств 95 %.

Кроме того, туроператор несет ответственность за исполнение туристского продукта перед потребителем (туристом) и на практике осуществляет контроль и оперативное сопровождение туристского продукта (по крайней мере для туристских групп – всегда). Обычно для осуществления функций туроператора необходима не только регистрация предприятия как такового в качестве юридического лица или предпринимателя без образования юридического лица, но и приобретение специальной лицензии на осуществление такой деятельности.

Так, в России приобретение лицензии требуется только на осуществление международной туристской деятельности. Деятельность в сфере внутреннего туризма лицензии и особой регистрации не требует.

Турфирма «АртемТур» несет ответственность перед потребителем туристского продукта. Потребитель именно у нее приобретает пакет услуг, в который входят услуги многих различных предприятий.

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах

«АртемТур», как и другая любая туристская фирма, обязана своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора.

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

- о потребительских свойствах (качестве) туристского продукта – программе пребывания, маршруте и условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории) и питания, услугах по перевозке потребителя в стране (месте) временного пребывания, о наличии экскурсовода (гида), гида–переводчика и инструктора–проводника, а также дополнительных услугах;

- об общей цене туристского продукта в рублях, о правилах и условиях эффективного и безопасного использования туристского продукта;

- о конкретном третьем лице, которое будет оказывать отдельные услуги, входящие в туристский продукт, если это имеет значение, исходя из характера туристского продукта;

- о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну и (или) выезда из страны временного пребывания;

- об основных документах, необходимых для въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;

- об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

- порядке доступа к туристским ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

– об опасностях, с которыми потребитель может встретиться при совершении путешествия, о необходимости проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями, если потребитель предполагает совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой он может подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний;

– о возможных рисках и их последствиях для жизни и здоровья потребителя в случае, если потребитель предполагает совершить путешествие, связанное с прохождением маршрутов, представляющих повышенную опасность для его жизни и здоровья (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты, занятие экстремальными видами туризма и спорта и другие);

– о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно–эпидемиологических и иных правилах (в объеме, необходимом для совершения путешествия);

– о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране (месте) временного пребывания, в которые потребитель может обратиться в случае возникновения в стране (месте) временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств, угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу потребителя;

– об адресе (месте пребывания) и номере контактного телефона в стране (месте) временного пребывания руководителя группы несовершеннолетних граждан в случае, если туристский продукт включает в себя организованный выезд группы несовершеннолетних граждан без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей;

– о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;

– об иных особенностях путешествия.

Указанная информация доводится до сведения потребителя в наглядной и доступной форме путем ее размещения в каталогах, справочниках, описаниях туристского продукта, а также иными способами, не противоречащими законодательству Российской Федерации.

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта

Туристский продукт формируется туроператором по его усмотрению, исходя из конъюнктуры туристского рынка или по заданию туриста или иного заказчика туристского продукта (далее – иной заказчик).

Туроператор обеспечивает оказание туристу всех услуг, входящих в туристский продукт, самостоятельно или с привлечением третьих лиц, на которых туроператором возлагается исполнение части или всех его обязательств перед туристом и (или) иным заказчиком.

Туроператор и турагент несут предусмотренную законодательством Российской Федерации ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств как друг перед другом, так и перед туристом и (или) иным заказчиком. Туроператор и турагент самостоятельно отвечают перед туристом и (или) иным заказчиком.

По договору о реализации туристского продукта, заключенному турагентом, туроператор несет ответственность за неоказание или ненадлежащее оказание туристу и (или) иному заказчику услуг, входящих в туристский продукт, независимо от того, кем должны были оказываться или оказывались эти услуги.

Туроператор отвечает перед туристом или иным заказчиком за действия (бездействие) третьих лиц, оказывающих услуги, входящие в туристский продукт, если федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации не установлено, что ответственность перед туристом или иным заказчиком несет третье лицо.

Продвижение и реализация туристского продукта осуществляются турагентом на основании договора, заключенного туроператором и турагентом. Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта по поручению туроператора.

В договоре, заключаемом между туроператором и турагентом, должны содержаться:

- условия продвижения и реализации турагентом туристского продукта;
- полномочия турагента на совершение сделок с туристами и (или) иными заказчиками от имени туроператора;
- условие, предусматривающее возможность (невозможность) заключения турагентом субагентских договоров;
- порядок взаимодействия туроператора и турагента в случае предъявления им претензий туристов или иных заказчиков по договору о реализации туристского продукта, а также в случае необходимости оказания экстренной помощи туристу;
- условие, предусматривающее возможность осуществления выплат туристам и (или) иным заказчикам страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии в случае заключения договора о реализации туристского продукта между туристом и (или) иным заказчиком и турагентом;
- взаимная ответственность туроператора и турагента, а также ответственность каждой из сторон перед туристом и (или) иным заказчиком за непредставление или представление недостоверной информации о туристском продукте, за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта.

ПК 1.4 Расчёт стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя

Стоимость индивидуального тура зависит от многих факторов: маршрут, класс гостиницы, время года, вид отдыха и так далее.

Стоимость тура складывается из следующих пунктов:

- дорога: трансфер (от вокзала или аэропорта к гостинице и обратно и между пунктами отдыха), стоимость топлива, оплата дорог, парковок, амортизация машины – 20 евро за каждые 100 км (кроме стран, где дороги оплачиваются по участкам дополнительно);
- гостиницы, пансионы (часто с завтраками);
- услуги гида-водителя.

При этом стоимость тура высчитывается на группу, а потом делится эта стоимость на всех. Тур на заказ с определенным бюджетом:

В случае, если необходимо заказать оригинальный тур с ограниченным бюджетом, решающим фактором становится определенная сумма денег, которую вы готовы потратить на путешествие, и ваши туристические желания. Можно выбрать класс гостиниц и количество поездок, а турфирма организывает путешествие так, чтобы поездка была как можно более комфортной.

В стоимость тура не входит: покупка железнодорожных или авиабилетов; стоимость получения виз; медицинские страховки; стоимость входных билетов в музеи, на корабли, поезда, фуникулеры и так далее; питание (кроме того, что полагается в пансионе или гостинице).

ПК 1.5 Оформление турпакета

Для того чтобы заказать тур, необходимо заключить договор с турфирмой. После этого менеджер займется бронированием тура. После получения от партнеров подтверждения о бронировании менеджер сразу же свяжется с клиентом. Если тур успешно забронирован, клиент оплачивает тур и получает на руки основной договор и туристскую путевку.

Для пребывания в некоторой стране необходимо оформление визы, то нужно передать Вашему менеджеру (для передачи в Консульство) паспорта и все необходимые для получения визы документы: справки, фотографии и другое. С полным перечнем документов и тонкостями по их подготовке и заполнению с удовольствием ознакомят опытные менеджеры компании.

Для посещения визовой страны во избежание материальных убытков в случае отказа Консульства страны планируемого пребывания в выдаче визы, рекомендуют заключить «Договор страхования от невыезда» (особенно это касается стран Шенгенской зоны, Великобритании, США, Канады и некоторых других), чтобы деньги клиента в случае не оформления визы вернулись.

Весь пакет документов на выезд – авиа (ж/д) билеты, страховые полисы, ваучеры на трансфер и на отель (а также паспорта с визами) будут ждать уже в аэропорту (ж/д вокзале) в день вылета (отъезда). Иногда, в случае особой необходимости, возможно заранее (за день–два до вылета или отъезда) забрать эти документы из нашего офиса. Если для клиента это необходимо, нужно заранее связаться с менеджерами для уточнения возможности такой доставки документов.

ПК 1.6 Выполнение работы по оказанию визовой поддержки

Порядок оформления визы:

Прежде всего нужно подготовить и собрать определенный пакет документов.

Сейчас практически во всех посольствах Европейских стран (стран Шенгенского Соглашения) список документов необходимых для оформления визы унифицирован.

- 1) заявление – анкета (апликанта);
- 2) фотографии (определенного образца);
- 3) копия паспорта гражданина РФ;
- 4) справка с места работы;
- 5) список покупок дорожных (трэвл) чеков;
- 6) действующий загранпаспорт (с необходимым запасом в 3–6 месяцев до окончания срока его действия в зависимости от страны посещения);

Все эти документы будущий турист должен собрать и передать менеджеру турагентства за определенный (жесткий) срок до начала тура.

Если с одним из родителей едет на отдых ребенок, то необходимо предоставить от второго родителя дополнительный документ, который называется «Согласие на вывоз ребенка за границу», а также свидетельство о рождении ребенка или загранпаспорт на ребенка, если ему больше 14 лет.

После того как все документы собраны, турагентство переправляет их туроператору. Туроператор в свою очередь в соответствии с требованиями к порядку оформления визы в конкретном посольстве, добавляет к Вашим документам еще билеты (или бронь) в оба конца на Ваше имя, страховой полис, бронь отеля и сдает весь этот комплект уже сам непосредственно в посольство. Следует отметить, что все посольства за рассмотрение документов взимают с апликанта (туриста), так называемый, консульский взнос, ориентировочно в размере 60 долларов с паспорта, который не входит в стоимость тура, и который в случае отказа не возвращается.

ПК 1.7 Оформление документов строгой отчетности

Турпутевка печатается на листе любого формата. К турпутевке 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 – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности;

Бланк содержит:

– реквизиты туроператора/турагента, указываются полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, телефон реестровый номер туроператора в едином федеральном реестре туроператоров, ИНН, код по ОКПО;

– реквизиты турагента, для юридического лица указываются: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

– реквизиты заказчика туристского продукта, указываются для физического лица: фамилия, имя, отчество физического лица, заказывающего туристский продукт, данные паспорта, а при его отсутствии – иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства; для юридического лица: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

– реквизиты туриста, указываются фамилия, имя, отчество физического лица, данные паспорта, а при его отсутствии – иного документа удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства.

В поле «Вид туристского продукта (путешествия)» указывается наименование туристского продукта (путешествия) в соответствии с ОКУН.

В поле «Единица измерения туристского продукта (путешествия)» указывается количество дней на одного человека.

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 указываются сведения об изготовителе (сокращенное наименование, ИНН, место нахождения), номер заказа и год его выполнения, тираж бланков строгой отчетности.

ПК 2.1 Контроль наличия туристов.

Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.

Руководитель туристской группы предприятия ООО «АртемТур» должен предоставить руководителю образовательной организации:

- маршрутный лист или маршрутную книжку.
- письменное разрешение родителей (законных представителей).
- медицинский допуск на участие детей в походе продолжительностью более трех дней.

На основании этих документов руководитель образовательной организации издает приказ о проведении мероприятия, в котором указывает планируемый маршрут, сроки, состав туристской группы.

Для проведения однодневных туристских прогулок, ближних экскурсий, практических занятий, включенных в утвержденные образовательные программы, оформлять перечисленные документы не нужно.

Маршрутные документы туристской группы – маршрутный лист и маршрутная книжка.

Маршрутный лист – документ для не категорийных походов, где отсутствуют классифицированные локальные и протяженные препятствия. Он выдается направляющей образовательной организацией. На основании оформленного маршрутного листа учитывается работа педагогов, подтверждается туристский опыт обучающихся.

Для остальных походов используется маршрутная книжка. В ней руководитель по возможности делает отметки на маршруте с указанием населенного пункта и даты прохождения. Маршрутная книжка выдается и заверяется маршрутно-квалификационной комиссией. Члены комиссии – опытные туристы, хорошо знающие районы походов. Они проверяют знание руководителем маршрута и его опасных участков, способов преодоления, вариантов аварийного выхода. По итогам собеседования с руководителем группы члены комиссии дают положительное заключение, высказывают рекомендации, направленные на более тщательную подготовку или высказываются за запрещение выхода группы на заявленный маршрут.

Перед началом похода руководитель туристской группы собирает с родителей участников письменные разрешения. В этом документе родители должны указать особенности детей, которые нужно учесть.

ПК 2.2 Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках.

Каждый турист, по прибытию в начальную точку маршрута, проходит инструктаж с гидом-проводником. Более детально знакомится с ниткой маршрута, мерами безопасности на маршруте, предоставленным снаряжением.

После ознакомления и прослушивания лекции турист обязан сделать запись в «Журнале Инструктажа», что согласен с предлагаемыми условиями проведения маршрута.

Все спорные моменты должны решаться до выхода на маршрут. Нитка маршрута всегда остается неизменной, (запасной вариант используется только при плохих погодных условиях или аварийных ситуациях). На туре гид-проводник является единоначальником. Он имеет право принимать любые решения, направленные на выполнение обязанностей гида-проводника, вплоть до снятия с маршрута туриста, создающего нервную обстановку в группе, злоупотребляющего спиртными напитками или наркотическими средствами в ущерб окружающим. В этом случае компенсация туристу не выплачивается.

Если турист не согласен с меню на маршруте, то дополнительный закуп продуктов производится за его счет. При получении туристского снаряжения, турист обязан сделать его осмотр и соответствующую запись в журнале инструктажа (о получении). Все спорные вопросы решаются на месте до выхода на маршрут. Во время прохождения маршрута турист несет ответственность за полученное снаряжение до сдачи его гиду-проводнику.

ПК 2.3 Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте.

Поведение туристов на отдыхе определяется их индивидуальными, физиологическими и психологическими особенностями и потребностями. Поэтому при изучении явлений и разработке проектов туристско-экскурсионных услуг или образовательных программ следует исходить от сути феномена «потребности человека», которые довольно разнообразны и имеют сложный динамический процесс развития. Заслуживает внимания и его ориентация на жизненный цикл потребностей человека, которые по-разному влияют на туристическое поведение. Один и тот же человек может вести себя по-разному в зависимости от того, на каком развитии и в какой стадии удовлетворения находятся его различные потребности, и какие в настоящее время для него наиболее актуальны.

Следует отметить, что в современной туризмологии понятие «потребности туриста» получили признание и довольно широкого потребления. В частности, Дж. Уокер, определяя потребности, побуждающие человека отправиться в путешествие, ссылается на все пять типов модельных нужд за А. Маслоу – психологические, самосохранения, в любви, в признании и самоактуализации

Социальные потребности также могут выступать мотивами к осуществлению путешествий. Это – мотив социального самоутверждения человека, потребность в признании со стороны других. Эта потребность может реализовываться по-разному. Так, она является потребностью в общении с другими людьми, потребностью в межличностной коммуникации.

Потребность в общении превратилась в конце XX века в существенный фактор международного туризма. Одиночество как состояние неудовлетворенной потребности в общении является мотивом, который заставляет отправиться в путешествие, ведь в течение нее возникают новые знакомства, формируется, хотя и временные, сообщество, общество. Жизнь наполняется смыслом, происходит возобновление привлечения к социальным связям, возвращение ощущения социальной востребованности. Туризм становится фактором индивидуальной надежды.

Турфирма «АртемТур» всегда активно себя проявляет в поиске настоящих потребностей и мотивов каждого человека, для того чтобы их путешествие запомнилось им надолго.

ПК 2.4 Взаимодействие со службами быстрого реагирования.

В последние годы в РСЧС сложилась двухуровневая система реагирования на чрезвычайные ситуации: на территориальном и федеральном уровнях.

Система реагирования на чрезвычайные ситуации – это совокупность подготовленных органов управления, сил, материальных, финансовых и информационных ресурсов, взаимодействие которых регулируется специальным нормативным правовым полем, определяющим порядок противодействия авариям, катастрофам, стихийным бедствиям и их последствиям.

Территориальный уровень системы реагирования можно рассматривать как совокупность органов управления, сил, материальных, финансовых средств, информационных ресурсов, размещенных в пределах территории субъекта Российской Федерации, то есть объединяющий в своем составе, в том числе системы реагирования на чрезвычайные ситуации городов, районов и объектов и предназначенный для решения задач по ликвидации чрезвычайных ситуаций на объектовом, местном и в целом на территориальном уровнях.

Все перечисленные системы реагирования на чрезвычайные ситуации имеют аналогичные структуры, которые включают:

- органы управления, подготовленные к принятию решений и их реализации по предотвращению и ликвидации чрезвычайных ситуаций;
- силы ликвидации чрезвычайных ситуаций (спасательные силы общего назначения, аварийно-спасательные подразделения, нештатные спасательные подразделения и тому подобное);
- материально-технические средства (техника, специальное оборудование, одежда, энергетические установки, продовольствие и так далее), поступающие в распоряжение органов управления для обеспечения действий сил ликвидации чрезвычайных ситуаций;
- финансовые резервы, предназначенные для восстановления затраченных материальных ресурсов и оплаты стоимости работ, выполняемых привлекаемыми со стороны силами и средствами;
- информационные ресурсы объекта в части решения задач по ликвидации возможных чрезвычайных ситуаций (план действий по предупреждению и ликвидации возможных чрезвычайных ситуаций, планы городов, населенных пунктов и объектов, планы коммуникаций, систем пожаротушения, систем связи и оповещения и другое).

Следует отметить, что органами управления систем реагирования на чрезвычайные ситуации на всех уровнях являются, как отмечалось выше, комиссии по чрезвычайным си-

туациям, возглавляемые губернаторами, главами органов местного самоуправления, руководителями предприятий и организаций, либо лицами ими уполномоченными.

На эти органы управления в части реагирования на чрезвычайные ситуации возлагается: методическое руководство деятельностью по вопросам защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций; координация деятельности всех служб и спасательных формирований в интересах защиты территорий и населения от чрезвычайных ситуаций; планирование подготовки и руководство ликвидацией возникающих чрезвычайных ситуаций; подготовка руководящего состава и населения к защите от катастроф.

Под руководством КЧС работают постоянно действующие органы управления ГОЧС и органы повседневного управления – дежурно-диспетчерские службы.

В состав сил реагирования на чрезвычайные ситуации входят службы и специальные формирования общего назначения, подчиненные органам управления субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления и администрации предприятий и организаций, а также спасательные формирования (поисково-спасательные службы), подчиненные соответствующим органам управления ГОЧС.

«АртемТур» очень важно уметь быстро связываться со службами быстрого реагирования для своей наиболее качественной работы в случаях экстренной ситуации, которая может возникнуть у туриста.

ПК 2.5 Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.

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

При определении термина «качество» следует учитывать различные аспекты его понимания. До настоящего времени среди специалистов не существует единства в определении этого понятия. Как правило, все эти определения неполны, многообразны, неточны. Однако в каждом случае они отвечают конкретным потребностям общества.

Первое известное определение качества принадлежит древнегреческому философу Аристотелю: качество – это благо, обеспечивающее счастье. Современное научное определение качества приведено в международном стандарте ISO 8402–86: «качество – совокуп-

ность свойств и характеристик продукции и услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности».

Потребности связаны с личностью потребителя и его собственностью. Они могут быть разделены на два вида:

а) нематериальные – здоровье человека, его образование, информация, культура, духовные ценности и так далее, то есть результат услуги связан с изменением состояния самого человека;

б) материальные – имущество в виде вещей, включая деньги и ценные бумаги, постройки, земля, недвижимость, домашние животные и другая собственность, то есть результат услуги выражен изменением собственности потребителя – сохранением, улучшением, восстановлением – в конечном счете, это измененная или новая продукция.

До последнего времени понятие «качество» применялось исключительно в производственной среде, по отношению к материальным товарам. Активное развитие сферы услуг повлияло на развитие принципиально нового направления в области обеспечения качества. В соответствии с ГОСТ Р 50691–94 «Модель обеспечения качества услуг» качество услуги – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя; качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

По Закону РФ от 07.02.1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей» граждане Российской Федерации имеют право на надлежащее качество и безопасность товаров, работ и услуг. В услугах выделяют два направления регулирования качества:

– материальное (объективное), которому соответствуют количественные характеристики, то есть показатели или параметры качества, измеряемые и выраженные числом и размерностью, имеющие стандартные методы определения (расчет, анализ, измерение и так далее);

– нематериальное (субъективное), которому соответствуют качественные (неизмеряемые) характеристики, зависящие от субъективного восприятия потребителя, оцениваемые экспертами органолептически (органами чувств). Это – комфортность, удобство, эстетика интерьера, этика общения, вежливость, чуткость, доступность персонала, то есть вся совокупность характеристик культуры обслуживания.

Комплексный характер туристской деятельности затрудняет установление единого показателя оценки качества обслуживания. Влияние ряда факторов экономического, организационного, технического характера не позволяет измерить качество обслуживания в различных видах туристской деятельности по одному и тому же показателю. Многоплановый

характер туризма предполагает применение всеохватывающего критерия оценки, который объединил бы в себе общее, специфическое и единичное процесса обслуживания.

В философском понимании качество определяется практически бесконечным числом отдельных элементарных свойств. В таком понимании невозможно найти количественную оценку качества. Однако когда под качеством понимается полезность, способность удовлетворить ту или иную потребность, вопрос оценки существенно упрощается, становится более определенным.

По отношению к сфере туризма имеется несколько представлений о качестве турпродукта (услуги). Одно основано на свойствах продукта, другое – на отсутствии в нем недостатков, а третье – на трех категориях качества:

- техническое качество – характеризуется тем, что потребитель получил после того, как взаимодействие исполнителя и потребителя было завершено, то есть конечный результат;

- функциональное качество – проявляется непосредственно в процессе предоставления услуг (обслуживании);

- социальное (этическое) качество – качество доверия, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой.

Таким образом, на качество туристского обслуживания ООО «АртемТур» оказывают влияние несколько составляющих: услуга; технология обслуживания; условия обслуживания. Законодательными, нормативно–правовыми актами определены основные требования к качеству туристской услуги, которыми необходимо руководствоваться в процессе проектирования тура. Кроме того, существуют еще и потребительские требования, которые во многом определяют потребительскую оценку качества той или иной услуги, а также всего процесса обслуживания. Все эти составляющие взаимосвязаны и должны соответствовать друг другу. Неудовлетворенность потребителей условиями обслуживания или технологией неизменно приведет к субъективной оценке качества самой услуги.

ПК 2.6 Сбор и анализ документов строгой отчетности

Руководитель тургруппы обязан оформлять туристский ваучер, который является неотъемлемой частью туристского договора, содержит всю информацию о предоставляемых в соответствии с ним туристских услугах и подтверждает оплату конкретных видов услуг, таких как: транспортные услуги, проживание в гостинице, питание, экскурсионное обслуживание и так далее, и является основанием для получения этих услуг.

Ваучер может быть индивидуальным, семейным и групповым.

При индивидуальном путешествии (поездке, экскурсии) ваучер оформляется индивидуально каждому лицу.

При семейном путешествии (поездке, экскурсии) оформляется один ваучер на всю семью с указанием всех членов семьи, участвующих в путешествии.

При групповом путешествии (поездке, экскурсии) ваучер оформляется на руководителя группы сотрудников одного и того же учреждения, предприятия, организации, учащих-ся одного и того же учреждения, спортсменов одного клуба или федерации, совершающих совместную и жестко спланированную по маршруту, сроку, набору, качеству и одинаковой стоимости услуг поездку. К групповому ваучеру прилагается список всех членов группы с указанием количества туристов, который заверяется печатью хозяйствующего субъекта, оформившего Ваучер. Поездка считается групповой, если количество туристов 6 и более человек. По желанию любого члена группы ему оформляется ваучер индивидуально.

А также по окончании маршрута, руководитель тургруппы обязан составить отчет.

Письменный отчет предприятия ООО «АртемТур» о туристском походе состоит из:

- титульного листа;
- содержания;
- справочных сведений о походе;

Группа сообщает номер школы (название учреждения), округ, район похода, вид туризма, категоричность, нитку маршрута, протяженность, продолжительность активной части, сроки похода, номер маршрутной книжки, состав группы (с указанием года рождения, туристского опыта и обязанностей участников и руководителей). Для водных походов дополнительно указывается распределение участников по экипажам. Состав группы может быть на отдельном листе.

- характеристики района похода;

Дается краткое описание района похода: географическое положение, сведения о туристских возможностях района, пути подъезда и выезда с маршрута, сведения о возможности и об организации заброски продуктов на маршруте, аварийные и запасные варианты маршрута, сведения о медицинских пунктах, музеях, магазинах, адреса и телефоны поисковоспасательной службы, туристских организаций.

- графика движения;

В таблице указывается порядковый номер дня пути, дата, пройденный участок маршрута (от-до), километраж, чистое ходовое время, перепад высот за день (кроме водных походов), естественные препятствия и их категории трудности (кроме водных походов), способ передвижения, реальная погода. В конце таблицы указывается общая протяженность, продолжительность и суммарный перепад высоты активной части маршрута. Километраж и ходовое время линейных радиальных выходов указываются в одну сторону. Перепад высот

считается суммированием высоты подъемов и спусков. Таблица метеонаблюдений может быть выполнена на отдельном листе.

– технического описания маршрута;

В хронологическом порядке дается описание прохождения маршрута группой: ориентировки и расстояния между ними, направления движения, наличие и характеристика троп, дорог, растительности, рельефа, рек, населенных пунктов, мест ночлега, купания (если они проводятся), наличие источников питьевой воды, описание сложных участков и действий группы при их преодолении, применяемая страховка и меры безопасности.

Основные требования к техническому описанию: 1) описание действий самой группы на маршруте; 2) соответствие карте и иллюстрациям; 3) возможность использования его другими группами при подготовке и проведении похода.

Для водного похода техническое описание маршрута должно представлять собой не только лоцию реки, но и описание действий группы при преодолении препятствий.

– картографического материала.

Картографический материал должен состоять из: 1) обзорной схемы района похода; 2) маршрутной карты.

На обзорной мелкомасштабной схеме района похода указываются начальный и конечный пункт похода, маршрут, места ночлегов, стыковка отдельных листов карты.

Маршрутная карта:

Группа вычерчивает схему пути или наносит свой маршрут на имеющийся картографический материал с корректировкой по «нитке» прохождения маршрута.

Возможно выполнение схем и карт на отдельные дни пути, при этом на мелкомасштабной обзорной схеме показывается взаимное расположение схем на участках маршрута.

На всех картах применяются условные топографические знаки, действующие в настоящее время. Условными знаками, установленными группой, показываются маршрут, места ночлегов, дневок, даты, экскурсионные объекты и другие объекты, имеющие интерес для туристов. Таблица введенных условных знаков прилагается. На каждом листе схемы, карты показывается линия С – Ю, масштаб, рамка, указывается автор корректировки или вычерчивания.

– сведений о материальном оснащении группы;

Приводятся: списки личного и группового снаряжения, ремнабора, медицинской аптечки, рекомендации по использованию снаряжения и продуктов на данном маршруте и в данных природных условиях.

– заключения и рекомендаций;

Даются рекомендации по выбору района и нитки маршрута, по посещению интересных мест, указываются изменения маршрута и его причины. Приводится информация о познавательном и воспитательном значении похода для участников, список использованной литературы, отчетов и тому подобное.

– краеведческого задания.

Тема краеведческого задания может быть связана с изучением района похода или предусматривать проведение исследований в других научных областях.

Рекомендуется при выборе темы краеведческого исследования учесть возможное его значение для безопасного прохождения маршрута, расширения педагогического и познавательного потенциала района путешествия.

Результаты краеведческой работы представляются в виде:

- а) краткое теоретическое вступление по теме работы с указанием педагогической и познавательной целей;
- б) описание методики работы на маршруте;
- в) описание результатов самостоятельной работы;
- г) выводы и практические рекомендации для организаторов походов по результатам работы с указанием выявленных особенностей в краеведческой характеристике района;

Отчет о походе делается в жестком переплете формата А4 в одном или нескольких томах.

Отчет должен быть оформлен аккуратно, красочно, с использованием иллюстративного материала (рисунки, фотографии, открытки и тому подобное). Фотографии должны быть сделаны в данном походе. Иллюстративный материал должен пояснять и подтверждать прохождение маршрута на сложных участках. В их число должна входить общая фотография всей группы на маршруте. Фотографии должны иметь подписи и на них должны быть обозначены характерные ориентиры, путь группы.

ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию 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 некатегорийного похода и путешествия, является маршрутный лист установленного образца (форма № 3 тур). 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 (форма № 5 тур), которая оформляется на основании заявочной книжки (форма № 4 тур). 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 (форма № 5 Тур) или маршрутного листа (форма № 3 Тур), 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 поисковоспасательных 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.

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

Маркетинговое исследование – это поиск и анализ рыночных данных и использование их для достижения целей бизнеса.

Бывают четыре направления маркетинговых исследований: поисковые (сбор дополнительной информации и выдвижение гипотез); описательные (детальное описание отдельных фактов и явлений); экспериментальные (проверка маркетинговых гипотез); оправдательные (подкрепление сформировавшегося мнения объективной информацией).

Маркетинговые исследования должны проводиться целенаправленно, соблюдая определенную этапность:

- определение целей и задач исследования;
- разработка планов исследования;
- сбор информации;
- анализ и представление результатов.

При планировании сбора информации служба маркетинга принимает решения по четырем позициям: методам (наблюдение, интервью и эксперимент); способам контакта (личный, почтовый, телефонный, Интернет); выборке (единица выборки, размер, процедура); инструментарию (анкеты, механические инструменты).

Распространены пять способов представления полученных результатов: выступление, отчет, доклад, обзор, брошюра. Следует подчеркнуть, что маркетинговые исследования в туристском предприятии должны проводиться на системной основе и носить комплексный характер. Основными направлениями этой деятельности являются исследования внешней среды, туристского продукта, рынка, потребителей и конкурентов.

С точки зрения особенностей и содержания маркетинговой деятельности выделяются следующие рынки: целевой рынок, на котором фирма реализует свои цели; бесплодный рынок, не имеющий перспектив для реализации услуг; основной рынок, где реализуется основная часть услуг предприятия; дополнительный рынок, на котором обеспечивается продажа некоторого объема услуг; растущий рынок, имеющий реальные возможности для роста объема продаж; прослоенный рынок, на котором коммерческие операции нестабильны, но имеются перспективы превращения в активный рынок при определенных условиях.

Кроме того, для целей маркетинга выделяют различные уровни анализа рынка. Из общего количества потребителей выделяется потенциальный рынок совокупность покупателей, которые проявляют интерес к данному туристскому предложению. Совокупность потребителей, проявляющих интерес и имеющих доход и доступ к определенной услуге, называется доступным рынком. Совокупность покупателей, которые проявляют интерес, имеют доход, доступ и право пользования определенным товаром, составляет квалифицированный рынок. Фирма может выбрать маркетинговую стратегию охвата не всего квалифицированного рынка, а направлять свои усилия на определенный его сегмент, который называется целевым рынком. Совокупность потребителей, которые уже приобрели продукцию данной фирмы, называется освоенным рынком.

Маркетинговые исследования рынка проводятся по двум основным направлениям: оценивается текущая (конъюнктурная) ситуация и измеряется емкость рынка. Затем проводятся исследования по сегментации рынка, выбору целевого сегмента и позиционированию своего продукта в данном сегменте.

ПК 3.3 Формирование туристского продукта.

Туристский продукт – 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 другое) (ст. 1 Федерального закона от 24.11.1996 N 132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»).

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 так далее.

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.

Конкретный заказ туриста или лица, уполномоченного представлять группу туристов, на формирование туристского продукта оформляется в письменной форме как соглашение, имеющее характер предварительного договора.

После заключения соглашения туроператор разрабатывает и утверждает маршрут, а затем приступают к формированию тура. Как правило, туроператоры разрабатывают два основных вида туров:

– Пэкидж – тур. Данный вид тура включает в себя комплексные туристские услуги: питание, размещение, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивнооздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги. Общая продажная стоимость такого тура равна стоимости его элементов;

– Инклюзив – тур. Такой вид тура включает в себя жестко спланированную по маршруту, времени, сроку, набору и качеству услуг поездку, которая продается туристу как неразделимый на элементы товар по общей цене, обычно включающий в себя стоимость как обслуживания, так и проезда по маршруту.

Следует отметить, что сформированный на основании маршрута и конкретного спроса туристский продукт не может сразу стать товарным продуктом, подходящим для продажи. Он должен пройти следующие этапы:

- экспериментальное внедрение;
- реклама и презентация;
- продажа.

Этап формирования туристского продукта включает в себя сборку ряда услуг и товаров в одну оболочку. Кроме составления такого набора формирование туристского продукта предусматривает его технико-экономическое обоснование, так как низкорентабельный продукт в конечном итоге является несостоятельным.

Таким образом, формирование туристского продукта имеет две границы:

- Верхнюю – максимально активный пакет услуг и товаров;
- Нижнюю – экономическую эффективность, влияющую на его цену.

Если туристский продукт прошел по всем критериям, то необходимо его экспериментальное внедрение. Оно может быть совмещено с рекламным бесплатным (или льготным) круизом, автобусным путешествием и так далее. По результатам пробного рекламного путешествия ведется его презентация, а также последующая рекламная кампания. После этого производится калькуляция затрат, определяется норма прибыли, рассчитывается цена и формируется система льгот (скидок).

Далее сформированный турпродукт в виде туристской путевки реализуется через турагентов, бюро по реализации или через бюро путешествий и экскурсий, которые являются посредниками между туристом и организациями, оказывающими услуги (гостиницы, организации питания, экскурсионные службы, музеи, спортивнооздоровительные комплексы и др.).

ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта

Себестоимость турпродукта должна отражать все затраты турфирмы на организацию поездки.

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

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

Основные постоянные затраты:

- аренда офиса;
- заработная плата персонала туристского предприятия с отчислениями на социальное страхование;

- затраты на общую рекламу;

- прочие хозяйственные расходы и др.

Переменные затраты:

- расходы на проживание – рассчитывается исходя из стоимости номера (в котором размещается турист);

- расходы на питание – стоимость питания может быть включена в стоимость проживания, а также указываться отдельно от стоимости номера, но в большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки;

Доля гостиничного обслуживания и питания в общей стоимости путевки составляет 60-65%. Оба эти элемента являются переменными величинами и зависят от изменения цен на данные виды услуг, а также от сезонной градации, географической зоны расположения гостиницы, вида и класса обслуживания, договорных коммерческих условий между турагентством и администрацией гостиничного предприятия.

- транспортные расходы – стоимость проезда до места назначения, трансфер, стоимость транспортных расходов на экскурсионное обслуживание.

- виза, при её необходимости. В разрабатываемом туристском продукте виза не требуется;

- расходы на экскурсионную программу. Данная статья включает только расходы на экскурсии, входящие в основную программу тура. Стоимость экскурсий зависит от цены входных билетов в места экскурсий, а также от стоимости работы сопровождающего экскурсовода, гида. В калькуляцию включается либо стоимость одного группового билета, либо произведение стоимости одной экскурсии на число туристов.

- страховка. Страховка в данном туре не является обязательной и оплачивается туристом по желанию, в стоимость тура она не входит и оформляется как дополнительная услуга.

Цена туристской путевки больше себестоимости на величину затрат и прибыли туристской фирмы. То есть стоимость тура включает, кроме полной себестоимости, косвенные налоги и прибыль.

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

Затраты по продвижению турпродукта включают все коммерческие расходы, к которым относятся комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и посредническим организациям, расходы на рекламу, расходы на участие в выставках, ярмарках и других мероприятиях.

6 Индивидуальное задание

Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчет различных его вариантов

Важная задача специалиста по туризму знать свою деятельность как никто другой. Турпродукт в свою очередь включает в себя устоявшиеся туристские услуги, которые продаются клиентам для удовлетворения их потребностей, но туризм развивается, он не стоит на месте и очень важно следить за появляющимися изменениями туристских услуг, если таковые имеются.

Туристская услуга представляет собой результат деятельности туристской организации или предприятия, либо индивидуального предпринимателя, деятельность которых направлена на удовлетворение соответствующих потребностей клиентов в организации и осуществлении туров или поездок.

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально-культурные. Материальная услуга – это услуга по удовлетворению материально-бытовых потребностей потребителя услуг. Материальная услуга обеспечивает восстановление (изменение, сохранение) потребительских свойств изделий или изготовление новых изделий по заказам граждан, а также перемещение грузов и людей; создание условий для потребления. В частности, к материальным услугам могут быть отнесены бытовые услуги, связанные с ремонтом и изготовлением изделий, жилищно-коммунальные услуги, услуги общественного питания, услуги транспорта и прочее.

Социально-культурная услуга – это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и прочее.

Несомненно, компоненты, входящие в турпродукт можно комбинировать так, как захочется потребителю услуги, но зачастую неизменными услугами, которые входят в состав турпродукта являются: размещение, питание и набор различных аттракций, а остальное потребитель может выбрать в зависимости от своих потребностей и возможностей (страхование, фото-услуги, виза, транспорт и другие).

Заключение

Значение туризма в современной социально–экономической жизни развитых стран с каждым годом возрастает, и этот факт позволяет говорить о формировании «общества, ориентированного на досуг» или «общества отдыха».

Туризм играет очень важную роль в современной экономике, он является ведущим сектором, который способствует притоку иностранной валюты, обеспечивает рабочие места и повышает уровень жизни населения. Туристская индустрия имеет огромный потенциал для роста и развития. С развитием технологий и увеличением доступности путешествий, число туристов постоянно увеличивается. Различные страны и регионы разрабатывают маркетинговые стратегии и продвигают свои уникальные туристические предложения, чтобы привлечь больше посетителей.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе, необходимо иметь знание о международных правовых нормах и правилах, практике туристского менеджмента и маркетинга. Прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

Обострение конкурентной борьбы между организациями индустрии туризма приводит к тому, что перед ними встает проблема поиска новых конкурентных преимуществ по сравнению с другими организациями.

В процессе прохождения практики были закреплены знания, полученные на практических занятиях, приобретены практические навыки. Для примера исследования было выбрано предприятие ООО «АртемТур».

Важно отметить, что туркомпания имеет достаточно широкий спектр товаров и услуг, который подойдет для любого клиента. Также «АртемТур» умеет подбирать квалифицированные кадры, благодаря которым вся организационная структура благоприятно влияет на общий климат всего туристского рынка.

Прохождение практики во «АртемТур» позволило нам не только обновить уже имеющиеся знания о туризме, но и дополнить их чем-то новым, что обязательно поможет нам в дальнейшем совершенствовании, как себя, так и сферы туризма. Очень полезно было закрепить свои знания на практике, ведь так мы сможем работать в дальнейшем более продуктивно и на благо целого общества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Туризм. Основные виды, понятия, направления в туризме [Сайт] – URL: <https://svastour.ru/articles/puteshestviya/vidy-turov/turizm.html> (Дата обращения: 1.12.2023)
- 2 Турагентство «АртемТур» [Сайт] – URL: <https://tourdv.ru/> (Дата обращения: 3.12.2023)
- 3 Общество с ограниченной ответственностью: учредители, уставный капитал, органы управления [Сайт] – URL: <https://www.audit-it.ru/terms/agreements/obshchestvo> (Дата обращения: 3.12.2023)
- 4 О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ [Сайт] // СПС «КонсультантПлюс» – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/ (Дата обращения: 3.12.2023)
- 5 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 14 ноября 1996 года № 132 – ФЗ (посл.ред. от 09.03.2021 N 45–ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2021. – № 49. – с. 5491 (Дата обращения: 3.12.2023)
- 6 Организационная структура предприятия: что это такое виды [Сайт] – URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=53&documentId=13277> (Дата обращения: 5.12.2023)
- 7 Продвижение туристского продукта [Сайт] – URL: <https://studfile.net/preview/9025497/page:21/> (Дата обращения: 05.12.2023)
- 8 Понятие системы безопасности в сфере туризма, ее цели, принципы и основные функции [Сайт] – URL: <https://studfile.net/preview/8960008/page:3/> (Дата обращения: 07.12.2023)
- 9 ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 01.07.2018 [Сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200077653> (Дата обращения: 07.12.2023)
- 10 Профессиональные компетенции направления «Туризм» [Сайт] – URL: https://bstudy.net/637490/pedagogika/professionalnye_kompetentsii_studentov_napravleniya_podgotovki_turizm (Дата обращения: 9.12.2023)
- 11 Туристские услуги – составляющие туристского продукта [Сайт] – URL: <https://lektsii.org/7-44917.html> (Дата обращения: 11.12.2023)

Приложение А

Схема проезда к ООО «АртемТур»

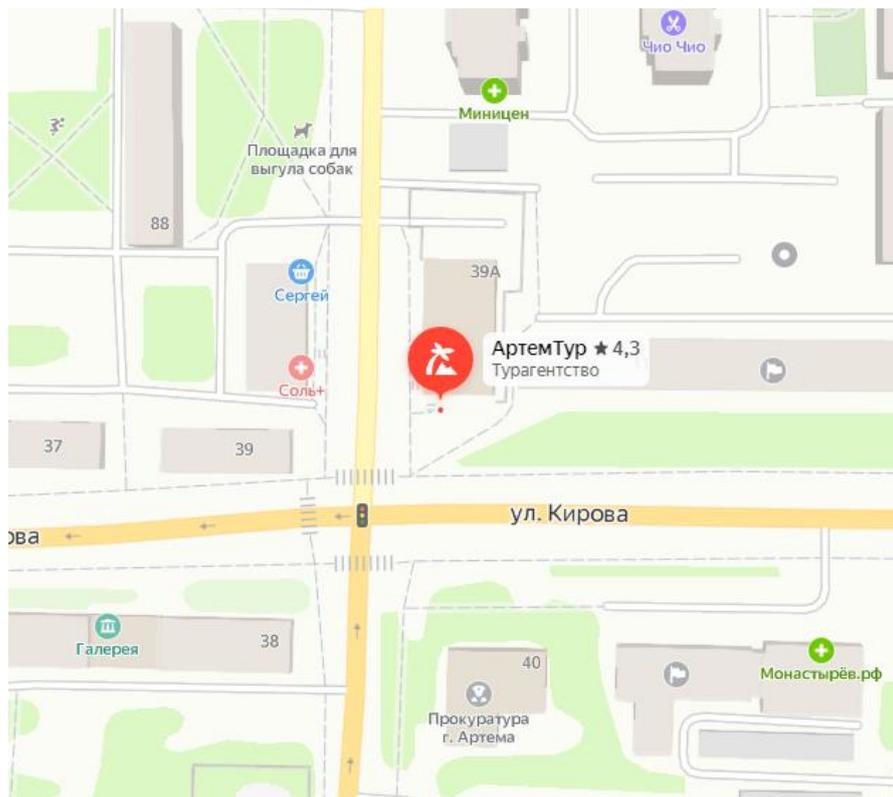


Рисунок А.1 – Схема проезда к ООО «АртемТур»

Приложение Б

Организационная структура предприятия ООО «АртемТур»



Рисунок Б.1 – Линейная (функциональная) ООО «АртемТур»

Индивидуальное задание по производственной (по профилю специальности) практике

Студентка, Гераскина Александра Игоревна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм, прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 144 часа с «28» ноября 2023 г. по «25» декабря 2023 г. в организации ООО «АртемТур», Приморский край, г. Артем, ул. Кирова, 39А (офис 21/1)

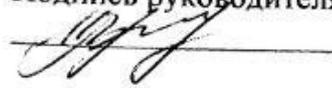
Виды и объем работ в период производственной (по профилю специальности) практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	1
2	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	8
3	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов	8
4	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	8
5	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта	8
6	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	8
7	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	8
8	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	8
9	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	8
10	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	8
11	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте	8
12	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	8
13	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания	8
14	Сбор и анализ документов строгой отчетности	7
15	Составление отчета руководителя туристской группы	7
16	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	7
17	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	7
18	Работа с запросами клиентов	7
19	Составление отчета	12

Дата выдачи задания «28» ноября 2023 г.

Срок сдачи отчета по практике «25» декабря 2023 г.

Подпись руководителя практики

 / Григорьевская И.В., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Гераскина Александра Игоревна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 144 часа с «28» ноября 2023 г. по «25» декабря 2023 г. в организации ООО «АртемТур», Приморский край, г. Артем, ул. Кирова, 39А (офис 21/1)

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	отлично
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов	отлично
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	отлично
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукт	хорошо
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	отлично
	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	хорошо
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	отлично

Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг			ОБЛИЧНО
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	<i>хорошо</i>
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	<i>ОБЛИЧНО</i>
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте	<i>ОБЛИЧНО</i>
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	<i>ОБЛИЧНО</i>
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания	<i>ОБЛИЧНО</i>
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Сбор и анализ документов строгой отчетности	<i>ОБЛИЧНО</i>
Итоговая оценка по ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов			ОБЛИЧНО
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>ОБЛИЧНО</i>
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	<i>хорошо</i>
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и	<i>ОБЛИЧНО</i>

		зарубежных клиентов	
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Работа с запросами клиентов	<i>хорошо</i>
Промежуточная оценка по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг			<i>отлично</i>

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

освоены на продвинутом уровне

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

Дата 25 декабря 2023 г.

Оценка за практику *отлично*

Руководитель практики от предприятия

[Подпись]

Архипова Т. П.
Ф.И.О.



ДНЕВНИК

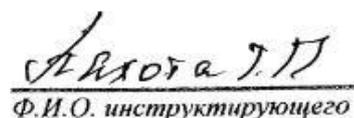
прохождения производственной (по профилю специальности) практики

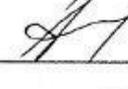
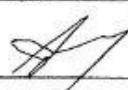
Студент Гераскина Александра Игоревна
 Специальность/профессия «Туризм», специалист по туризму
 Группа СО-ТУ-21-1

Место прохождения практики ООО «АртемТур»
 Сроки прохождения с «28.11.2023» по «25.12.2023»

Инструктаж на рабочем месте «28» ноября 2023 г
 Дата


 Подпись


 Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
28.11.2023	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
29.11.2023	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	4	
30.11.2023	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов	5	
01.12.2023	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	5	
04.12.2023	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	5	
05.12.2023	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта	5	
06.12.2023	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	5	
07.12.2023	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	4	
08.12.2023	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	5	
09.12.2023	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования	5	
11.12.2023	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания	5	

12.12.2023	Сбор и анализ документов строгой отчетности	5	✓
13.12.2023- 14.12.2023	Составление отчета руководителя туристской группы	5	✓
15.12.2023	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	5	✓
18.12.2023- 19.12.2023	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	5	✓
20.12.2023- 22.12.2023	Составление отчета	5	✓
23.12.2023	Дифференцированный зачет	5	✓

Руководитель



Подпись

Аязгоп Т. Р.

Ф.И.О.

М.П.



Характеристика деятельности студента
 Гераскина Александра Игоревна
 группы СО-ТУ-21-1 при прохождении производственной
 (по профилю специальности) практики

Код	Общие компетенции	Основные показатели оценки результата	***Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к своей будущей профессии	<i>Высокий</i>
ОК 02	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	<i>Высокий</i>
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Решения в стандартных и нестандартных профессиональных задач в туристской области	<i>Высокий</i>
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации. Использование различных источников, включая электронные	<i>Высокий</i>
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	<i>Высокий</i>
ОК 07	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	<i>Высокий</i>
ОК 09	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	<i>средний</i>
ОК 10	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	<i>Высокий</i>
ОК 11	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	<i>Высокий</i>
ПК 1.1	Выявлять и анализировать	Предоставление турпродукта	<i>Высокий</i>

	запросы потребителя и возможности их реализации	индивидуальным и корпоративным потребителям	<i>высокий</i>
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов	<i>высокий</i>
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Оформление документации заказа на расчёт тура, на реализацию турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств за оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	<i>средний</i>
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчёт тура, на реализацию турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	<i>средний</i>
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	<i>высокий</i>
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	<i>высокий</i>
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	<i>высокий</i>
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	<i>высокий</i>
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	<i>высокий</i>
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания	<i>высокий</i>
ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>высокий</i>
ПК 3.1	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	<i>высокий</i>
ПК 3.2	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа	<i>средний</i>

	востребованного продукта	туристского	деятельности туркомпаний	других	<i>высокий</i>
ПК 3.3	Формировать продукт	туристский	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов		<i>высокий</i>
ПК 3.4	Рассчитывать туристского продукта	стоимость	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта		<i>высокий</i>

Руководитель практики (от организации)

Пахота Т. П.

подпись М.П.



Характеристика

За время прохождения производственной практики с 28.11.2023-25.11.2023 в туристской фирме ООО «АртемТур», расположенной по адресу: г. Артем, ул. Кирова, 39А (офис 21/1), студентка Гераскина Александра Игоревна проявила себя как очень доброжелательный человек, который всегда придет на помощь и показала с себя с наилучшей стороны.

За период производственной практики смогла предоставить ту базу знаний, которые могут быть применимы в сфере туризма, изучила экономические показатели предприятия, ознакомилась с развитием различных видов туризма, развила свои навыки в ходе практики для своего дальнейшего профессионального роста.

Ко всем поручениям относилась внимательно, аккуратно и всегда проявляла инициативу, если та была необходима. Практикантка зарекомендовала себя с хорошей стороны и она доказала свои знания, полученные за время обучения в колледже.

Оценка руководителя от практики – «отлично».

Руководитель практики от организации



Т.П. Пахота

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Гераскина Александра Игоревна
Подразделение Академический колледж Группы СО-ТУ-21-1
согласно приказу ректора № 10244-с от 21.11.2023 года
направляется в ООО "АртемТур", г. Артем
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 4 недели с 28.11.2023 года по 25.12.2023 года.

Руководитель практики Григорьевская И.В.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "АртемТур"	28.11.2023	
ООО "АртемТур"	25.12.2023	