



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ 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 «12» марта по «15» апреля 2022 года

Студент группы С-ТУ-20

подпись

Наврузова З.А.

Наименование предприятия: ООО «Аэростат»

Руководитель практики от предприятия



Шеховцова Ю.В.

Отчет защищен:

с оценкой Отлично

Руководитель практики от ООО

Ермолович Л.О

Владивосток 2022

Содержание

Введение.....	4
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Аэростат»	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Аэростат».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	6
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	8
1.5 Перспективы развития предприятия.....	13
2 Организационно-технологические аспекты деятельности ООО «Аэростат»	16
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	16
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	17
2.3 Информационные технологии предприятия.....	19
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	23
4 Система обеспечения безопасности.....	24
5 Формирование профессиональных компетенций за время прохождения практики.....	26
6 Индивидуальное задание.....	32
Заключение.....	34
Список использованных источников.....	35
Приложение А. Схема проезда к ООО «Аэростат».....	36

Введение

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

Индустрия туризма включает в себя:

1 Комплекс предприятий государственной и частной формы собственности производственной сферы.

2 Комплекс государственных и частных учреждений непроизводственной сферы.

Оба комплекса предоставляют туристические услуги и производят товары туристического спроса.

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

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

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

Для достижения указанной цели были поставлены следующие задачи:

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

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

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Аэростат»

1.1 История создания и развития предприятия

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– общество создано без ограничения срока его деятельности.

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

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

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

По закону до потребителя требуется донести такие сведения, как:

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

– регистрирующее ведомство;

– наличие лицензии и аккредитации для определенных сфер деятельности.

В ТК «Аэростат» имеются следующие учредительные документы:

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

– правила противопожарного режима в РФ;

– памятка руководителю группы;

– бесплатные услуги ТК Аэростат;

– сертификат соответствия;

– правила предоставления туристских услуг в ООО «Аэростат»;

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

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

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

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

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

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

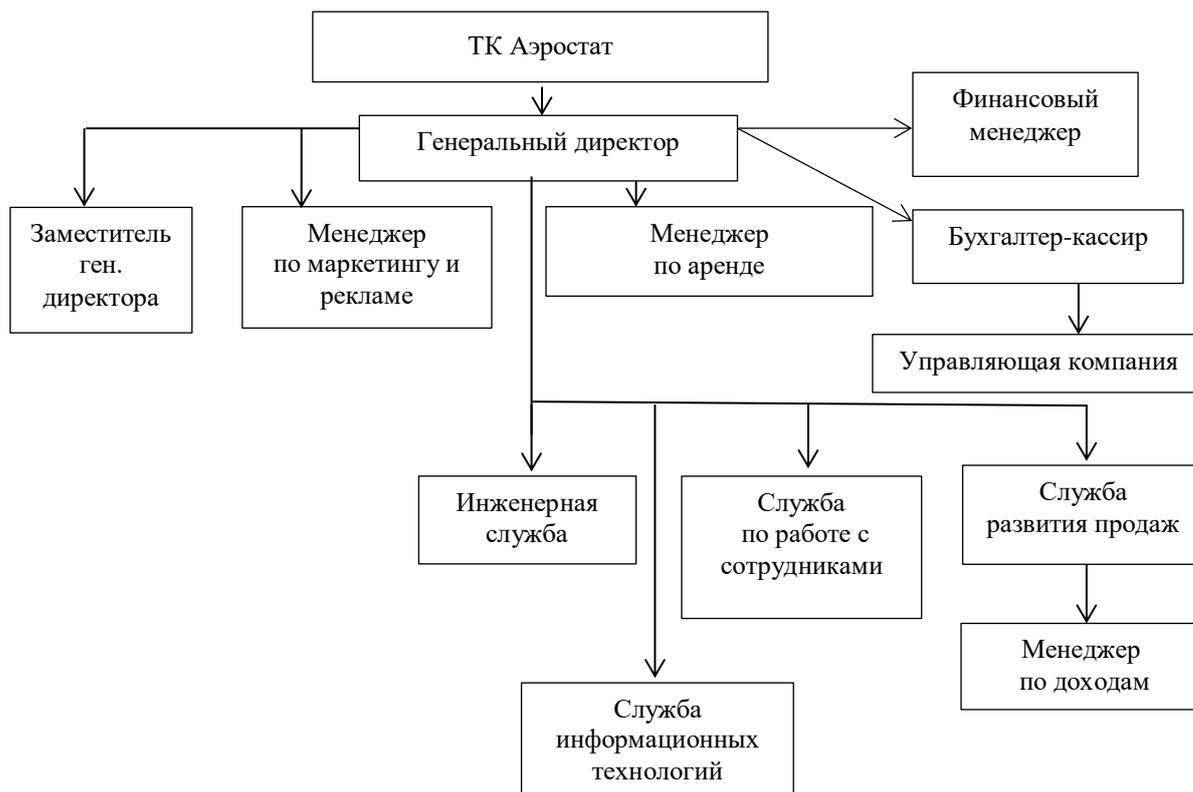


Рисунок 1 – Организационная структура «Аэростат»

К функции генерального директора относятся:

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

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

Менеджер по маркетингу и продажам рассматривает такие вопросы, как:

– изучение рынка и рыночных тенденций

- выбор целевого рынка
- разработка конкурентного преимущества
- управление отношениями с клиентами

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

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

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

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

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

Информация, необходимая для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания.

Информация, обеспечивающая безопасность жизни и здоровья туристов в процессе обслуживания, предоставляется в порядке, установленном действующей нормативной документацией.

1.4 Основные задачи, виды деятельности услуг предприятия

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

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

Миссии ТК Аэростат:

- 1) «производство и реализация турпродукта и услуг, доступных широкому кругу потребителей с различным уровнем дохода»;
- 2) «наша цель - это решение проблем клиентов, создание комфорта и забота об условиях их труда и отдыха»;
- 3) «качество - неотъемлемая часть нашей продукции и услуг»

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

Цели «ТК «Аэростат»:

- 1) фирма должна стремиться к стабильному положению на рынке за счет выявления и продвижения конкурентных преимуществ;
- 2) достижение долгосрочного сотрудничества с любым клиентом, обратившимся в фирму;
- 3) увеличение прибыли турфирмы.

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

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

Так же существует ряд других задач:

- 1) предоставление объективной информации обо всех туроператорах, которая основывается на отзывах клиентов;
- 2) сделать все возможное, чтобы отдых клиентов был одним из самых ярких и запоминающихся событий в жизни;

- 3) завоевание психологического имиджа и позиции у потребителей;
- 4) организация эффективного управления, и повышения качества услуг;
- 5) стремится в своей работе к постоянному совершенствованию, воплощать новые идеи;
- 6) обеспечение высокого уровня обслуживания населения на основе дифференцированного подхода к разным группам клиентов.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Таким образом, цели туристского предприятия выражают собой управленческое обязательство добиться конкретных результатов в определенных временных рамках. Выделяют четыре сферы, применительно к которым организации устанавливают цели, исходя из своих интересов: доходы организации, работа с клиентами, потребности и благосостояние сотрудников, социальная ответственность. Данные сферы определяют приоритетные направления деятельности предприятия в условиях рынка (инновационная, производственная, коммерческая, экономическая). В зависимости от специфики тур предприятия, особенностей состояния среды, характера и содержания миссии в каждом тур предприятии устанавливаются

свои собственные цели, особенные как по набору параметров организации, так и, по количественной оценке, этих параметров. Однако, несмотря на различие целей и направлений деятельности предприятий сферы туризма, обязательное их достижение является основополагающим фактором для успешного функционирования предприятия в условиях рыночной экономики.

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

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

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

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

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

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

1.5 Перспективы развития предприятия

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2 Организационно – технологические аспекты деятельности

2.1 Анализ деятельности предприятия

ТК «Аэростат» работает на туристском рынке Приморского края с 2012 года, начав свою деятельность в нескольких предприятиях, объединённых в единую сеть. Теперь же — предоставляет тур продукты для всей России.

Цикл управления компанией включает в себя следующие этапы:

- 1) постановка целей;
- 2) планирование;
- 3) исполнение;
- 4) контроль;
- 5) анализ;
- 6) формирование управленческого воздействия;
- 7) корректировка планов/целей.

Такая структура характерна как для стратегического управления, в рамках которого разрабатывается бизнес-идеология компании и ставятся долгосрочные (качественные) цели, так и для оперативного управления, задачей которого является поддержание от периода к периоду пошаговой реализации целей, поставленных на стратегическом уровне.

Бюджетное управление (как методика оперативного финансового управления) также проходит по вышеуказанному циклу, и значение этапа анализа заключается:

- 1) На уровне всего периода – в оценке значений планируемых и достигнутых финансовых показателей периода на соответствие стратегическим целям.
- 2) На уровне текущего управления – в оценке величины отклонений достигнутых значений показателей от запланированных для данного периода.

Именно на основе анализа можно сформировать обоснованное и своевременное управленческое решение по корректировке оперативных планов (целей) предприятия либо о продолжении выбранного курса.

Таким образом, анализ финансового состояния предприятия как основа для выработки управленческих решений является важнейшим этапом в процессе бюджетирования.

2.2 Анализ организации ООО «Аэростат». Культура предприятия

Экономический анализ хозяйственной деятельности туристского предприятия – это комплексное изучение его работы в целях объективной оценки достигнутых результатов, повышения эффективности хозяйствования, обеспечения конкурентоспособности, повышения качества обслуживания. Анализ деятельности туристского предприятия охватывает все его стороны и определяет влияние условий, в которых эта деятельность осуществляется.

Принципы анализа: государственный подход, научность, комплексность, системность, объективность, действенность, своевременность, достоверность, сопоставимость показателей, эффективность.

Методы экономического анализа включают: экспертную оценку, сравнение, построение систем показателей и аналитических таблиц; цепных подстановок, балансовый, процентных чисел, простых и сложных процентов, дисконтирования; средних и относительных величин, группировок, графический, индексный; корреляционный и регрессионный анализ, факторный анализ; линейного программирования, сетевого планирования и управления и др.

При этом важно не только ознакомиться с методологией и технологией анализа финансово-хозяйственной деятельности, но и понять его внутреннюю логику, научиться выбирать наиболее уместную в каждом конкретном случае процедуру его проведения, форму представления результатов и их интерпретации.

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

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

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

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

- с международным департаментом по Северной Европе;
- с Немецким департаментом и департаментом Южной Европы;
- с международным департаментом по китайскому и индийскому рынкам;
- по заказам в других городах России;

– с контрагентами отелей и услуг;

– по контролю качества, продаж и операций услуг отдыха.

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

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

Производственная (технологическая) деятельность предприятия включает:

1) Планирование программы пребывания (тура):

– получение запроса от партнера (тура);

– составление программы пребывания (тура);

– калькуляция программы пребывания (тура);

– получение подтверждения от партнера.

2) Подготовка программы пребывания:

– бронирование отеля;

– бронирование гида;

– бронирование ресторанов;

– бронирование музеев;

– бронирование театров;

– бронирование транспорта.

3) Выполнение программы пребывания:

– встреча;

– обслуживание согласно программе пребывания.

Компания за год принимает около 100 000 туристов.

Расходы туристов «Аэростат» на пребывание в Санкт-Петербурге (проживание, питание, внутренний транспорт, культурная программа, приобретение сувениров) при средней

продолжительности пребывания 3,5 суток и средней сумме ежедневных расходов в 6 тыс. руб. оцениваются в 2,1 млрд рублей. Поступления в бюджеты всех уровней в 2014 году только от гостиниц и ресторанов в Санкт-Петербурге через туристов «Аэростат» составили 88883 тыс. рублей, в том числе региональные и местные налоги и сборы – 8345 тыс. рублей.

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

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

2.3 Информационные технологии предприятия

Достижения технического прогресса в области информационных технологий начала 21 века прочно завоевали свои позиции в туристской индустрии, в корне изменив процедуру формирования, продвижения и реализации туристских услуг. С появлением национальных и международных систем бронирования, компьютерной сети Интернет, мультимедийных каталогов туристских путешествий по различным направлениям, электронных баз данных по нормативно-правовым актам, систем взаиморасчетов и других современных достижений в области информационных технологий, заметно увеличилось качество предоставляемого продукта, снизилась его себестоимость, сократились затраты туристов на самостоятельный поиск и приобретение необходимого пакета услуг.

Существует связь между информационными технологиями и менеджментом. Менеджеру все время приходится принимать решения в условиях большой неопределенности: инфляция, изменения валютного курса, изменение налоговых и правовых условий работы, да и конкуренты не дремлют. Компьютеры могут быстро и точно просчитывать варианты и давать, таким образом, ответы на всевозможные вопросы подобного типа. В этом, пожалуй, одно из главных преимуществ компьютера над человеком. Незаменимость компьютерной технологии в том, что она дает возможность оптимизировать и рационализировать управленческую функцию за счет применения новых средств сбора, передачи и преобразования информации.

Актуальность темы состоит в том, что проникновение современных информационных компьютерных технологий в различные сферы человеческой деятельности, на сегодняшний

день оказывается важнейшим фактором повышения эффективности процессов, важность которого еще не до конца осознана многими предприятиями индустрии туризма. Фирмы, которые осознали возможности информационных ресурсов и компьютерных технологий, а затем внедрившие их, не только смогли оптимизировать производство, но и приобрести конкурентные преимущества, позволяющие им выжить в условиях кризиса.

Для современного туристского бизнеса характерна очень высокая зависимость от наличия актуальной постоянно обновляемой информации, т.е. менеджер организации, специализирующейся на туристском обслуживании, должен получать информацию либо с минимальным запаздыванием во времени, либо без запаздывания (в режиме online). Это стало возможным с появлением глобальной сети Интернет, связавшей воедино все компьютеры мира и обеспечившей мгновенную и надежную передачу информации в едином мировом информационном поле.

Именно Интернет дает возможность общения и передачи информации между любыми компьютерами по всему миру. Сеть Интернет – совокупность крупных узлов, объединенных между собой каналами связи. Каждый узел – это один или несколько мощных компьютеров - серверов, которые в основном работают под управлением операционной системы. Управляет узлом или подсетью узлов организация-собственник, которая называется провайдером. К серверам подключается множество пользователей. Провайдеры, которые обеспечивают это подключение, предоставляют пользователям платно или бесплатно ряд услуг: доступ к информации, возможность использования электронной почты, получения новостей, обмена информацией в режиме реального времени и др.

Подключение к Интернету дает ТК Аэростат следующие возможности:

- 1) без больших затрат получить доступ к большим группам потребителей с целью передачи конкретной информации;
- 2) электронная презентация фирмы и ее туристского продукта;
- 3) использование возможностей электронных международных туристских выставок и ярмарок;
- 4) быстро и эффективно принимать заявки клиентов и производить бронирование необходимых услуг;
- 5) самостоятельное формирование тура;
- 6) использование электронных каталогов туристского продукта по странам и направлениям;
- 7) быстро и эффективно принимать заявки клиентов;
- 8) ускорить и упростить взаимодействие с партнерами на рынке;
- 9) надежно распространять полную и подробную информацию о своей деятельности;

- 10) сократить расходы на производство и распространение печатной продукции;
- 11) организация виртуального офиса;
- 12) быстрый и удобный доступ к различным справочным материалам (каталогам, справочникам, энциклопедиям);
- 13) работа с клиентами из территориально отдаленных регионов;
- 14) доступ к удобной и дешевой системе коммуникаций (электронная почта);
- 15) бронирование номеров в отелях и билетов при помощи Интернета;
- 16) реализация эффективной рекламы;
- 17) проведение маркетинговых исследований в сети;
- 18) безналичные дистанционные взаиморасчеты;
- 19) анализ эффективности принятой рекламной стратегии.

В момент продажи туристская услуга – не более чем информационный продукт об услугах, которые будут предоставлены клиенту. Сейчас конкурентная борьба среди участников туристского рынка кроме цены и качества обслуживания разворачивается вокруг доверия клиента к предоставляемой ему информации.

В области менеджмента в туристском бизнесе произошли также кардинальные изменения. Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность информационным системам туристских агентств.

Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), выбрав оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т.п. В настоящее время существует ряд хорошо зарекомендовавших себя программных продуктов. Разработки специализированных программных продуктов для туристского бизнеса в настоящее время ведёт и наша тур компания «Аэростат».

На рынке программных продуктов представлено несколько компьютерных систем, позволяющих автоматизировать внутреннюю деятельность туристской фирмы «Аэростат». Как правило, эти системы обеспечивают ведение справочных баз данных по клиентам, партнерам, гостиницам, транспорту, посольствам, а также ведение туров и учет платежей, прием заказов и работу с клиентами, формирование выходных документов и т.д. Практически все программные комплексы обеспечивают формирование бухгалтерской отчетности и часто экспорт-импорт данных в специализированные бухгалтерские программы, такие, как 1С и др.

Наряду с автоматизацией туристских фирм ведется аналогичная разработка программ автоматизации деятельности гостиниц, ресторанов и других предприятий туристского

бизнеса. Применение информационных систем в этой области приводит к существенным изменениям в менеджменте, а также повышает качество обслуживания.

Необходимость автоматизации процессов управления уже стала аксиомой, но проблемными по-прежнему остаются методика и обстоятельства перехода на новые технологии. Любая автоматизация турфирмы предполагает внедрение в ее деятельность автоматизированных рабочих мест, благодаря которым будет реализован комплекс обеспечивающих и функциональных информационных технологий, обеспечивающих выполнение тех или иных задач управления. Целью автоматизации турфирмы является информационная поддержка формирования и принятия решений менеджментом.

В настоящее время ТК «Аэростат» на российском туристическом рынке выделяет следующие этапы автоматизации:

1) Применение стандартного программного обеспечения, например, использование программ Word, Excel, Power Point, Outlook, готовых баз данных Access, программ-переводчиков, бухгалтерии, финансовых, систем управления документами, знаниями.

2) Применение специальных типовых информационных технологий управления в туризме: "МАСТЕР - ТУР", "САМО - ТУР" И ДРУГИЕ;

3) Использование глобальных компьютерных систем бронирования: "AMADEUS", "GALILEO", "SABRE" и другие;

4) сопряжение типовых информационных технологий управления с системами бронирования;

5) участие в электронной торговле или электронном бизнесе.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж тур продукта

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

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях:

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

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

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

По функциональным возможностям рекламу можно классифицировать на следующие виды:

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

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

Побудительная реклама воздействует на подсознание человека, призывая к покупке.

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

4 Система обеспечения безопасности

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

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

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

Он обеспечивается безукоризненным выполнением четырех основных функций менеджмента:

1) четким планированием (наличием оперативного и долгосрочного планов работ на данном направлении);

2) эффективной организацией выполнения этих планов, мобилизацией всех членов коллектива, созданием четкой структуры службы безопасности и охраны, а также структуры подчиненности всех лиц, участвующих в обеспечении безопасности, обеспечением активного взаимодействия службы безопасности со всеми отделами и службами ТК;

3) созданием и реализацией четкой, простой, ясной, понятной системы мотивации персонала в решении задач обеспечения комплексной безопасности, вовлеченности буквально каждого работника в эту работу;

4) контролем эффективности мер безопасности и обеспечением обратной связи для выявления направлений совершенствования системы безопасности в ТК.

Функции менеджмента безопасности:

1) Планирование

– разработка стратегии ТК в обеспечении безопасности, согласованной с марки Титовой стратегией;

– анализ экономических факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления менеджмента безопасности;

– формирование ценовой политики с учетом полноты и эффективности решений в отношении обеспечения безопасности и имиджа ТК как безопасного объекта;

– долгосрочное и краткосрочное планирование деятельности ТК в отношении обеспечения мер безопасности

2) Организация

- организация и управление отношениями ТК во внешней среде (с государственными органами, партнерами, баг псами, страховыми компаниями, другими предприятиями) по вопросам обеспечения безопасности;

- оптимизация ресурсов ТК при решении задач обеспечения безопасности;

- формирование эффективной организационной структуры менеджмента безопасности и управления этой структурой;

- разработка инновационной политики по повышению уровня безопасности;

- «риск-менеджмент»: разработка снижения рисков и организация системы мероприятий по профилактике и минимизации рисков, связанных с недостаточным уровнем обеспечения безопасности в силу финансово-экономических причин.

3) Мотивация.

- формирование у всех без исключения работников ТК творческого, заинтересованного отношения к своей работе и работе по обеспечению безопасности, к мотивации труда, основанной на заинтересованности и на удовлетворенности в таком труде;

- материальное и моральное поощрение работников всех подразделений ТК за участие в программах обеспечения безопасности;

- подбор, расстановка, повышение квалификации и профессионального роста кадров, работающих по программам обеспечения безопасности;

- превращение любого работника ТК в частичного со-предпринимателя, глубоко заинтересованного морально и материально в результатах труда персонала ТК по обеспечению высокого уровня безопасности;

- создание благоприятных условий для самореализации человека в его основной работе и работе по обеспечению безопасности

4) Анализ и контроль

- анализ деятельности ТК в вопросах обеспечения безопасности и информирование генерального менеджера о результатах;

- корректировка планов и проектов ТК, в частности, касающихся вопросов обеспечения должного уровня безопасности;

- контроль полноты и качества исполнения управленческих решений и контроль за работой персонала в вопросах обеспечения безопасности;

- анализ рисков в деятельности, связанных с недостаточным уровнем безопасности.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

Документом, дающим право на проведение похода выходного дня и не категорийного похода и путешествия, является маршрутный лист. 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.

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

Под маркетинговым исследованием туристского рынка понимают систематическое определение круга данных, необходимых в связи со стоящей перед фирмой маркетинговой задачей: их сбор, анализ и отчет о полученных сведениях, выводах и рекомендациях.

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). 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.

ПК 3.3 Формировать туристский продукт.

Туристский продукт формируется исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста из услуг организаций, причастных к обслуживанию туристов на отдыхе и в путешествии. К таким организациям относятся транспортные компании, гостиницы, рестораны, кафе, экскурсионные фирмы, музеи и выставочные залы, спортивные и курортные организации и т.д. Формирование турпродукта вправе осуществлять исключительно организации, являющиеся туроператорами и отвечающие всем требованиям

Закона N 132-ФЗ, – наличие финансового обеспечения и регистрация в едином федеральном реестре туроператоров (ст. 4.1 Закона N 132-ФЗ).

ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта.

Расчет стоимости тура является важнейшим и заключительным этапом в разработке тура. Расчет стоимости тура производится по специальным формулам. При расчете стоимости тура, туроператор рассчитывает себестоимость, цену тура, общегодовые выручку и затраты, налоги и чистую прибыль.

ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения.

Планирование предполагает принятие конкретных решений, касающихся функционирования и развития организации в целом и ее отдельных частей, их увязку и интегрирование в интересах наиболее полного использования потенциала и оптимизации конечного результата.

ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.

Под контролем подчиненных принято понимать процесс, позволяющий сравнивать текущее состояние выполняемой подчиненным задачи с запланированным. В данной статье мы рассмотрим, каким образом профессиональная реализация функции контроля может помочь менеджерам получить запланированные и прогнозируемые результаты.

ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию.

Одним из важнейших документов планирования является бизнес – план фирмы. Бизнес-план является одним из первых обобщающих документов обоснования инвестиций и содержит укрупненные данные о планируемой номенклатуре и объемах выпуска продукции, характеристики рынков сбыта и сырьевой базы, потребность производства в земельных, энергетических и трудовых ресурсах, а также содержит ряд показателей, дающих представление о коммерческой, бюджетной и экономической эффективности рассматриваемого проекта и в первую очередь представляющих интерес для участников-инвесторов проекта. Расчеты показателей адаптированы к требованиям и условиям современного отечественного и зарубежного инвестирования.

6 Индивидуальное задание

Инструктаж по технике безопасности

Турист, не зная и не соблюдая правила техники безопасности, может подвергнуть себя и других опасности для здоровья и жизни, а также способствовать потере или порче имущества. Соблюдение правил безопасности и указаний гида помогут туристу избежать неприятностей во время своего путешествия. Мы предлагаем нашим клиентам классические экскурсионные туры, а также такие виды активного туризма как пешие и конные горные походы, туры по пустыне и рафтинг-туры. Ниже вы можете ознакомиться с правилами и требованиями к таким турам.

При приобретении тура в ТК «Аэростат» необходимо ознакомиться с программой маршрута, условиями его проведения, собрать всё необходимое.

Перед туром необходимо:

- 1) изучить ключевые точки маршрута и даты пребывания на местах;
- 2) ознакомиться с прогнозом погоды на планируемые даты;
- 3) собрать все необходимые вещи для маршрута;
- 4) ознакомиться с культурными и религиозными аспектами посещаемого региона;
- 5) ознакомиться с флорой и фауной региона, которая может представлять опасность для здоровья и жизни;
- 6) записать контакты туроператора, местных экстренных служб и посольства;
- 7) также, желательно выучить основные общеупотребительные фразы и просьбы на местном языке.

Во время тура необходимо иметь при себе:

- 1) паспорт, страховой полис. Если с вами путешествует ребенок – иметь свидетельство о рождении или паспорт на ребенка. Желательно сделать копии удостоверяющих документов, чтобы предъявлять их по требованию властей;
- 2) одежду, соответствующую посещаемому региону, а также средства защиты от солнца и насекомых;
- 3) средства личной гигиены и аптечку. Если вы проходите лечение и регулярно принимаете медицинские препараты – запастись необходимым количеством лекарств на всё время тура;
- 4) некоторый запас денежных средств, желательно наличными.

Во время тура требуется:

- 1) выполнять все указания гида или проводника;

2) сообщать гида или проводнику обо всех проблемах со здоровьем и о других обстоятельствах, которые могут повлиять на программу тура;

3) соблюдать расписание, и не опаздывать на экскурсию или трансфер.

Во время тура не рекомендуется:

1) употреблять пищу и напитки в сомнительных местах питания, и пробовать неизвестные ягоды и плоды в диких условиях;

2) гулять в одиночку по нетуристических районам городов;

3) отвечать на просьбы и «выгодные» предложения незнакомых людей, которые вызывают у вас подозрение.

Во время тура запрещается:

1) требовать изменения программы тура или маршрута без веских причин;

2) удаляться от гида и группы более чем на 30 минут или 500 метров, без разрешения гида или проводника;

3) нарушать правила правопорядка и требования к поведению в религиозных местах.

Действия в случае ЧС:

1) в случае природных катаклизмов сохраняйте спокойствие. Если возникает опасность землетрясения, не приближайтесь к высотным зданиям и линиям электропередачи. Находясь в доме, займите максимально безопасное положение между дверными проемами или в углах комнат.

2) при волнениях народных масс избегайте больших скоплений людей, и сразу направляйтесь в гостиницу, офис туроператора или посольство.

3) при возникновении чрезвычайной ситуации за границей первым делом нужно оповестить ваше посольство или туроператора (в крайнем случае – родственников).

4) при эвакуации следует брать только паспорт и деньги. Урегулирование конфликтных ситуаций с представителями принимающей стороны и туристами.

5) связь со страховой компанией или с ее представителями в случае наступления страхового события и при необходимости организация доставки туриста домой.

6) наблюдение за выполнением программы пребывания, информирование тур предприятия о некачественной работе партнеров.

Заключение

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

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

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

На сегодняшний день «Аэростат» на рынке туристских услуг занимает достойное место, и вполне может соперничать с крупными фирмами, в этом заслуга трудового коллектива компании, который старается продумывать путешествие клиента вплоть до мелочей, сделать его безопасным и интересным. Все это выполняется с удовольствием и рабочим азартом, поэтому клиенту с сотрудником компании всегда легко достигнуть взаимопонимания. Коллектив «Аэростат» очень дружный, сплоченный и доброжелательный, новому работнику в обстановке взаимопонимания очень комфортно и приятно работать.

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

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

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

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

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

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Официальный сайт ООО «Аэростат» [сайт]. <https://www.spark-interfax.ru/primorski-krai-vladivostok/ooo-tk-aerostat-inn-2536251440-ogrn-1122536001840-6741055ce62448688fc854c1e14a850a> (дата обращения: 4.04.2022).
- 2 Жолдак В.И., Квартальнов В.А. Основы менеджмента в спорте и туризме: организационные основы: Учебник. Т.1. - М., 2017. – 317 с.
- 3 Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии. - Брюссель: TACIS, 2015.
- 4 Материалы секции Минобразования России «По совершенствованию перечня профессий, направлений подготовки и специальностей, квалификационных требований (профессиональных стандартов) к основным должностям работников туристической индустрии и государственным образовательным стандартам в области туризма», 2016.
- 5 Квартальнов В.А. Теоретические основы становления и развития системы непрерывного профессионального образования в сфере туристической деятельности. Дисс. докт. пед. наук. - М., 2018.
- 6 Турковский, Марек, Маркетинг гостиничных услуг: учебник / М. Турковский; пер. с пол. И.И. Иванюка. – Москва: Финансы и статистика. – 2017. – 296 с.
- 7 Консультация плюс. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 09.03.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/130f61c72e3392a595dc9c387a89ff65a35d9aa5/ (дата обращения: 4.04.2022)

Приложение А

Схема проезда к ООО «Аэростат»

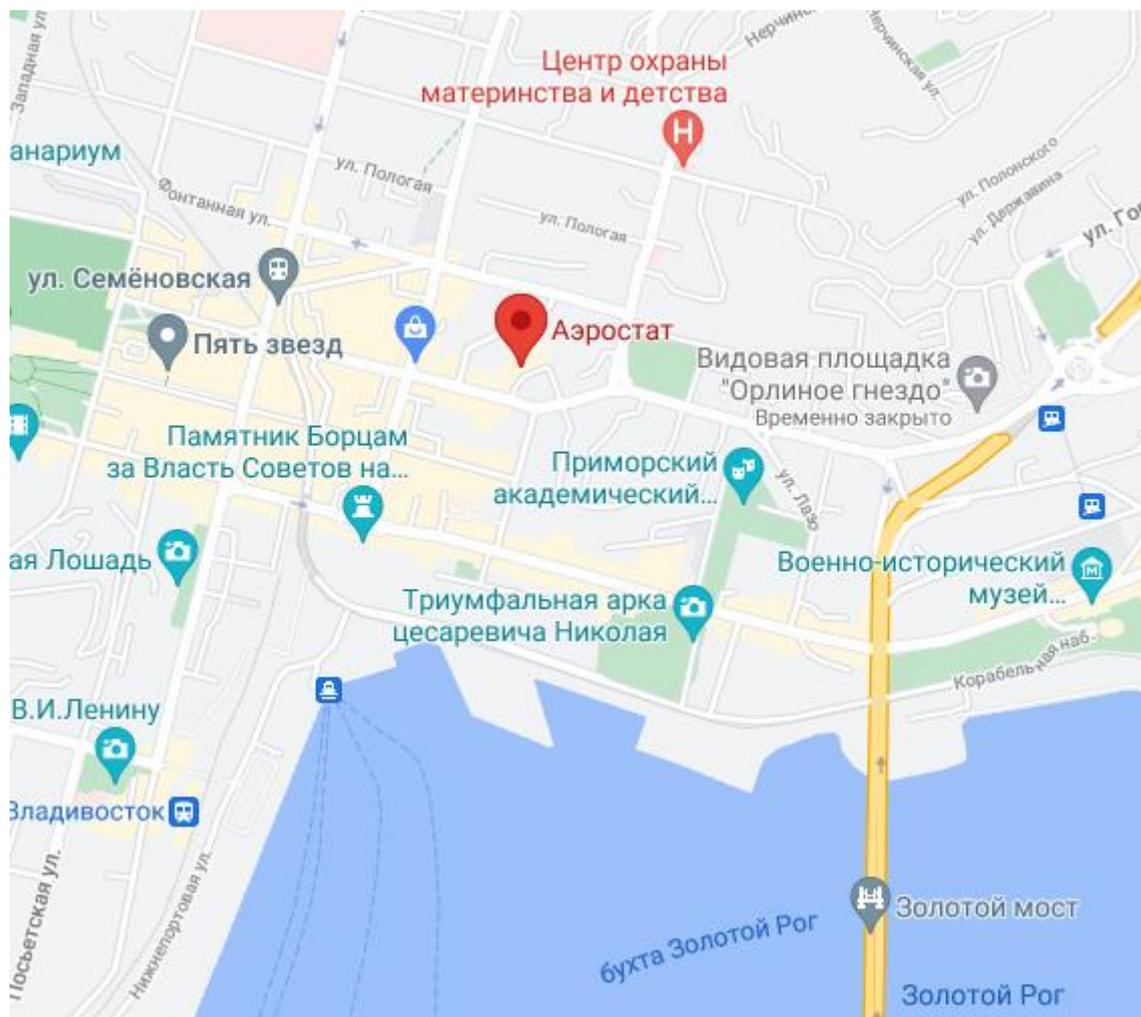


Рисунок А.1 – Месторасположение ООО «Аэростат»

Индивидуальное задание по производственной практике

Студенка Наврузова Захро Аскар кизи,

ФИО

обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику в объеме 180 часов с «12» марта 2022 г. по «15» апреля 2022 г.

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

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Осуществление маркетинговых исследований	7
3	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	8
4	Распространение рекламных материалов и сбор информации	8
5	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	8
6	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	8
7	Работа с заявками на бронирование турпродукта	8
8	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	8
9	Работа с запросами клиентов	8
10	Работа с агентскими договорами	8
11	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	8
12	Контроль наличия туристов	8
13	Использовать каталоги и ценовые приложения	8
14	Построение управленческой деятельности	8
15	Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
16	Организация управленческих команд	8
17	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
18	Ведение деловой документации	8
19	Работать и организовывать работу с офисной техникой	8
20	Осуществление хранения и поиска документов	8
21	Осуществление автоматизированной обработки документов	8
22	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	8
23	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «12» марта 2022 г.

Срок сдачи отчета по практике «15» апреля 2022г.

Подпись руководителя практики

 / Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Наврузова Захро Аскар кизи,
 ФИО

обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику в объеме 180 часов с «12» марта 2022 г. по «15» апреля 2022 г. в организации ООО «Аэростат», Семеновская ул., 29, г. Владивосток.
 наименование организации, юридический адрес

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Отлично
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Отлично
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Работа с запросами клиентов	Отлично
Итоговая оценка по ИМ 03. Предоставление туроператорских услуг			Отлично
Управление функциональным подразделением организации	ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения	Построение управленческой деятельности	Отлично
	ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Организация управленческих команд	Отлично
	ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию	Ведение деловой документации	Отлично

Итоговая оценка по ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации

Отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

(освоены на продвинутом уровне)

Дата 15 апреля 2022 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия



Шеховцова. Ю. В.

Ф.И.О.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

Студента Наврузовой Захро Аскар кизи

Курса 2 группы С-ТУ-20

База практики ООО «Аэростат»

Начало практики 12 марта 2022г. окончание 15 апреля 2022г.

Владивосток 2022

ДНЕВНИК прохождения производственной практики

Студент Наврүзова Захро Аскар кизи

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

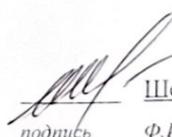
Группа С-ТУ-20

Место прохождения практики ООО «Аэростат»

Сроки прохождения с «12.03.2022» по «15.04.2022»

Инструктаж на рабочем месте «12» марта 2022 г

дата



Шеховцова. Ю. В.

Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
12.03	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	Отлично	
12.03	Осуществление маркетинговых исследований	Отлично	
14.03	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Отлично	
15.03	Распространение рекламных материалов и сбор информации	Отлично	
16.03	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	Отлично	
17.03	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Отлично	
18.03	Работа с заявками на бронирование турпродукта	Отлично	
19.03	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	Отлично	
21.03	Работа с запросами клиентов	Отлично	
22.03	Работа с агентскими договорами	Отлично	
23.03	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	Отлично	
24.03	Контроль наличия туристов	Отлично	
25.03	Использовать каталоги и ценовые приложения	Отлично	
26.03	Построение управленческой деятельности	Отлично	
28.03-29.03	Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности	Отлично	
30.03-31.03	Организация управленческих команд	Отлично	
01.04-02.04	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	Отлично	
04.04-05.04	Ведение деловой документации	Отлично	
06.04-07.04	Работать и организовывать работу с офисной техникой	Отлично	

08.04-09.04	Осуществление хранения и поиска документов	Отлично	
11.04	Осуществление автоматизированной обработки документов	Отлично	
12.04	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	Отлично	
13.04-14.04	Оформление отчёта практики	Отлично	
15.04	Дифференцированный зачет	Отлично	



[Handwritten Signature]
подпись

Alexeyeva N.S.
Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента
Наврзовой Захро Аскар кизи
 группы С-ТУ-20 при прохождении производственной практики

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

ПК 3.1	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	Высокий
ПК 3.2	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Высокий
ПК 3.3	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	Высокий
ПК 3.4	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	Высокий
ПК 4.1	Планировать деятельность подразделения	Построение управленческой деятельности	Высокий
ПК 4.2	Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Организация управленческих команд	Высокий
ПК 4.3	Оформлять отчетно-планирующую документацию	Осуществлять ведение деловой документации	Высокий

Руководитель практики (от организации)



Шеховцова.Ю. В. 89147909798

М.П.

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ОТЗЫВ – ХАРАКТЕРИСТИКА

на производственную практику

Студента Наврузовой Захро Аскар кизи
Специальности Туризма группы С-ТУ-20 Академического колледжа Владивостокского
государственного университета экономики и сервиса

Предприятие практики ООО «Аэростат» г. Владивосток
полное название согласно приказу, юр. адрес

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

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

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

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

Отчет, при соответствующей защите, заслуживает оценки отлично.

Генеральный директор АК «Аэростат»
(должность по основному месту работы, ученая степень, ученое звание)

«15» апреля 2022г



Ю.В. Шеховцова

(и.о.ф.)

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Наврузова Захро Аскар кизи

Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-20-2

согласно приказу ректора № 1550-С от 05.03.2022 года

направляется в ООО "ТК "Аэростат", г. Владивосток
для прохождения производственной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на
срок 5 недель с 12.03.2022 года по 15.04.2022 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Агростат"	19.03.2022	
ООО "Агростат"	15.04.2022	