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

**ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**
по профессиональному модулю
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
ПМ.04 Управление функциональным подразделением организации
программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм


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

Студент группы СО-ТУ-20-1  Дьячкова И.Е.
подпись

Наименование предприятия: ООО «Приморское БММТ «Спутник»

Руководитель практики от предприятия  Кривова Н.И.
подпись

Отчет защищен:

с оценкой отлично Руководитель практики от ООО  Тен Ж.А.

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник».....	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник».....	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	8
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	10
1.5 Перспективы развития предприятия.....	11
2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник».....	13
2.1 Анализ деятельности ООО «Приморское БММТ «Спутник».....	13
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура «Приморское БММТ «Спутник».....	13
2.3 Информационные технологии предприятия.....	16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	18
4 Система обеспечения безопасности.....	20
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	22
6 Индивидуальное задание.....	44
Заключение.....	46
Приложение А. Схема проезда к ООО «Приморское БММТ «СПУТНИК».....	50
Приложение Б. Заявка на бронирование.....	51

Введение

Туризм – это путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях.

Роль туризма в мировой практике постоянно возрастает. Будучи одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей, уступая по доходности лишь добыче и переработке нефти, туризм, по данным ЮНВТО, обеспечивает 10% оборота производственно-сервисного рынка планеты. На сферу туризма приходится 6% мирового ВВП, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений.

Следовательно, туризм, испытывающий на себе влияние ряда внешних факторов, сам способен оказывать значительное воздействие на экономическую, политическую, экологическую, социально-культурную ситуацию тех стран и регионов, где он развивается.

Ключевая фигура в туризме – турист. Он выступает потребителем туристского продукта или услуг (тура), для его качественного обслуживания формируется и работает индустрия туризма.

В настоящее время туристские компании предлагают разнообразный спектр услуг и туров. Важно отметить, что тур необходимо не только разработать, но и организовать его стимулирование и продвижение. В г. Владивосток существует множество туристических компаний, предлагающих свои услуги в сфере туризма. Наиболее значимым для фирмы является наличие в рабочем составе опытных и квалифицированных работников.

Необходимо 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 специалист по туризму должен владеть необходимой культурой общения, методикой работы, соблюдать нормы и правила этики. Для соблюдения ряда правил и норм в коллективе туркомпании существует определенная культура предприятия, т.е. модели поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции.

Даты прохождения практики: 13.03.2023 – 15.04.2023 г.

Место прохождения практики – ООО «Приморское БММТ «Спутник» работает на туристическом рынке с 1967 года. «Спутник» является одной из ведущих туристических компаний Приморья, это многопрофильный туроператор федеральный реестровый номер РТО 000178.

Целью прохождения практики является – приобретение практических навыков самостоятельной работы в основных функциональных подразделениях организации (предприятия) социально–культурного сервиса и туризма и изучение их работы, изучение основного процесса управления организации.

Задачи практики:

- разработка программы туров по Владивостоку и Приморскому краю для туристских групп;
- оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов;
- предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов;
- составление бланков, необходимых для реализации турпродукта;
- оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- доставка туроператору пакета документов для получения виз;
- приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности;
- проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут;
- проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках;
- определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте;
- взаимодействие со службами быстрого реагирования;
- оценка качества туристского и гостиничного обслуживания;
- сбор и анализ документов строгой отчетности;
- составление отчета руководителя туристской группы;
- проведение анализа деятельности других туркомпаний;
- составление программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- работа с запросами клиентов;
- обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.

Объект анализа – туристическая фирма ООО «Приморское БММТ «Спутник».

В процессе прохождения практики я ознакомилась с трудовым процессом работы в турфирме, получила необходимые знания в сфере туристской деятельности и приобрела навыки работы с клиентами.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник»

Название компании: «Приморское Бюро международного молодежного туризма «Спутник». Местонахождение: 690106, Приморский край, г. Владивосток, Партизанский пр-т, д.2 а. Часы работы: понедельник–пятница 9:00-17:30; суббота 10:00-15:00; воскресенье - выходной. Телефоны: 8 (432)242-35-39; 8 (924) 721-58-27.

Приморское БММТ «Спутник» являясь многопрофильным туроператором (федеральный реестровый номер РТО 000178), занимается международным (въездной и выездной), внутренним туризмом.

Туристические отношения с КНР у Приморского «Спутника» зародились в конце 80-х годов. Началось все с визита делегации представителей туристской администрации г.Чаньчуня, провинции Цзилинь в 1986 году, затем первое участие в туристской выставке в г.Шеньяне, бартерный обмен группами с 1988 по 1991 год. В декабре 1991 года «Спутник» впервые направил в КНР первую в истории края организованную туристическую группу и с тех пор ежедневно занимается направлением и приемом туристов из КНР. Туристические обмены с Китайской Народной Республикой стали главными в деятельности компании. За эти годы туризм по линии Приморского БММТ «Спутник» в КНР превратился из «дикого и стихийного» в хорошо отлаженное и плодотворное сотрудничество с соседней страной. Китай – это не только шоп–туры. Регулярно организуются поездки с широкой экскурсионной программой в Харбин, Пекин, Далянь, Байдахэ, о-в Хайнань, Сянган и др. лучшим и недорогим видом семейного отдыха по праву считается летний тур на озеро Цзинбоху.

Отличительная черта ООО «Приморское БММТ «Спутник» – постоянное движение вперед, оно не замыкается в рамках какого-либо одного направления, даже если это направление не дает большую прибыль. Сферой его деятельности является, как международный туризм (въездной и выездной), так и внутренний. Одним из основных направлений деятельности компании – туристические обмены с КНР. В настоящее время ООО «Приморское БММТ «Спутник» активно развивает внутренний и въездной туризм. Для российских и иностранных туристов разработано более 30 туристских маршрутов по краю, Дальнему Востоку, России.

Разработанные программы для иностранных туристов отмечены наградами: этнокультурный маршрут «Там, где живут легенды (отмечен Дипломом департамента международного сотрудничества и развития туризма Приморского края), событийно-познавательный маршрут «Дорогой Памяти» (Победитель регионального этапа Национальной Премии

RUSSIAN EVENTS AWARDS, 2014), «Красный маршрут» в Приморском крае для китайских туристов «Этих дней не смолкнет слава» (2 место регионального этапа Национальной Премии RUSSIAN EVENTS AWARDS, 2014), проект «Специальный туристический поезд для школьников Приморского края и Китайской Народной Республики «Поезд Дружбы» (Диплом Лауреата краевого конкурса «Лидеры туриндустрии Приморья – 2015) и другие.

ООО «Приморское БММТ «Спутник» постоянный участник международных туристских выставок, конкурсов, ярмарок. Имеет свидетельства и сертификаты об участии в различных международных акциях, дипломы о призовых местах в конкурсах на лучший тур. В 2017 году ООО «Приморское БММТ «Спутник» стало победителем ежегодного городского конкурса «Предприниматель года» в номинации «Лучшая организация в сфере туризма и гостиничных услуг». Предприятие активно участвует в благотворительных акциях, постоянно оказывает различную финансовую помощь детскому дому №4.

ООО «Приморское БММТ «Спутник» является членом НП «Туристское Объединение Международной Интеграции «Окно в Евразию». Бюро не просто член данной организации, а принимает активное участие в ее деятельности. На протяжении многих лет ООО «Приморское БММТ «Спутник» – член Совета НП «ТОМИ «Окно в Евразию».

Директор компании Кривова Надежда Ивановна – член Общественного экспертного совета по развитию туризма в Приморском крае, член Общественного совета при Уполномоченном по защите прав предпринимателей в Приморском крае, принимает участие в работе выпускной квалификационной комиссии Школы экономики и менеджмента, кафедра сервиса и туризма, Дальневосточного Федерального Университета.

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

ООО «Приморское бюро международного молодежного туризма «Спутник» является обществом с ограниченной ответственностью, как и большинство российских коммерческих компаний. Обществом с ограниченной ответственностью, в свою очередь, является созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; 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 [1].

Кроме этого, в отличие от акционерных обществ прибыль общества с ограниченной ответственностью может делиться между участниками общества не только пропорционально их долям в уставном капитале общества, но и иным образом в соответствии с Уставом общества. 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 [2].

Документы Приморского БММТ «Спутник» можно разделить на три большие группы, относящиеся к разным видам деятельности: учредительные и иные разрешительные документы; документы, относящиеся к разработке туров; документы, выдаваемые туристам (Приложение Б).

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

Этот комплект документов был подан в налоговую инспекцию Ленинского района и налоговая инспекция выдала два свидетельства: о государственной регистрации юридического лица; о постановке на учет юридического лица в налоговом органе по месту нахождения.

Учредительные документы: Устав, свидетельство о регистрации, свидетельство налоговое, документ, подтверждающий право лица подписывающего договор от лица турфирмы (протокол, решение о назначении, доверенность).

Наличие лицензий:

- лицензия на туроператорскую деятельность;
- лицензия на турагентскую деятельность.

Уставной капитал общества составляет вкладов его участников и определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов.

Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников. Общество может быть добровольно ликвидировано или реорганизовано в акционерное общество или в производственный кооператив по единогласному решению его участников.

В Уставе ООО «Приморское БММТ «Спутник» содержатся данные о его юридическом статусе, структуре, виде деятельности, участниках Общества, их правах и обязанностях. В этом документе расшифровывается информация о том, какой должен быть уставный капитал Общества, какие оно может принимать вклады, в каких случаях может производиться увеличение уставного капитала Общества: за счет вкладов участников Общества, за счет его имущества, а также за счет дополнительных вкладов его участников и вкладов третьих лиц,

принимаемых в Общество. Также говорится, в каких случаях происходит переход доли участника в уставном капитале общества к другим участникам Общества и третьим лицам, каким имуществом может обладать Общество (вклады участников, доходы, получаемые от хозяйственной деятельности Общества), кто являются органами управления Общества, когда проводится очередное общее собрание участников Общества, а когда внеочередное, о документации, сделках. ООО «Приморское БММТ «Спутник» является туроператором по внутреннему и въездному туризму, включен в федеральный реестр туроператоров. По международному выездному туризму с 2020г. – турагент ведущих туроператоров России по выездному туризму.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – это совокупность подразделений организации и их взаимосвязей, в рамках которой между подразделениями распределяются управленческие задачи, определяются полномочия и ответственность руководителей и должностных лиц. Организационная структура выстраивается, с одной стороны, в соответствии с теми задачами, которые ставит перед организацией её стратегия. С другой стороны, структура на разных уровнях обеспечивает использование эффекта масштаба для экономии ресурсов организации. Таким образом, структура связывает внешнюю – стратегическую, эффективность с внутренней эффективностью – экономичностью. ООО «Приморское БММТ «Спутник» было основано в 1996 году. Генеральный директор – Кривова Надежда Ивановна. Сотрудничает со многими международными и российскими фирмами. Турагентство соответствует всем требованиям стандартизации в соответствии с законом о туристской деятельности.

В офисе бюро туризма «Спутник» работают:

Директор туркомпании. Функциональные обязанности – осуществление организации и проведение деловых переговоров с поставщиками туристских услуг, обеспечение выполнения обязательств туроператорской организации перед сторонними организациями (заказчиками туристских продуктов), осуществление контроля за бронированием (гостиниц, билетов, транспорта и др.), подтверждением и оформлением договоров, рациональным использованием материальных, финансовых ресурсов.

Менеджеры по туризму. В ООО «Приморское БММТ «Спутник» существует три категории менеджеров: менеджер по внутреннему и въездному туризму, менеджер по направлению, а также менеджер по бронированию (рисунок 1).

Менеджер по внутреннему и въездному туризму – это специалист, который занимается обслуживанием российских и иностранных туристов: разработка программ, бронирование услуг, подготовка гидов.

Менеджеры по бронированию и направлению занимаются бронированием и продвижением туристского продукта, сформированного туроператором по международному выездному туризму. Заключают договоры о реализации турпродукта с туристами.

Главный бухгалтер осуществляет контроль за финансовой деятельностью Бюро: рассчитывает калькуляцию стоимости турпродукта, составляет финансовые отчеты, перечисляет налог, начисляет заработную плату сотрудникам, принимает наличную и безналичную оплату за туры, делает возвраты по путевкам, ежедневно сдает деньги в банк и т.д.

Руководитель структурного подразделения – руководит деятельностью структурного подразделения в г. Лесозаводске. Осуществляет руководство деятельностью отдела, организует его работу, принимает решения по вопросам качественного и безопасного оказания клиентам туристических услуг в соответствии с заключенными договорами и требованиями стандартов.

Схема организационной структуры бюро туризма «Спутник» представлена на (Рисунке 1).

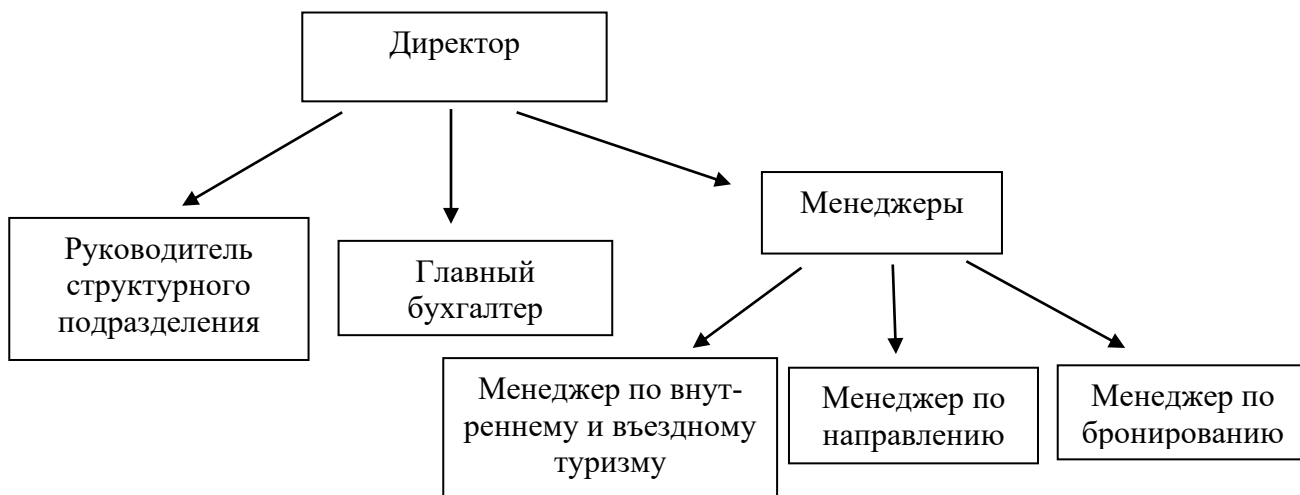


Рисунок 1 – Организационная структура предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник»

Таким образом, в турфирме представлена линейно-функциональная структура подразделения.

Организационно-управленческая структура ООО «Приморское БММТ «Спутник» имеет в своем штате высококвалифицированных специалистов в сфере туризма с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственный, современный офис, находящийся в центре города, полностью оснащенный необходимым техническим оборудованием и обширной информацией в виде буклетов, распечатанных программ туров и сувенирной продукции.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Основным направлением деятельности Приморского БММТ «Спутник» в настоящее время является внутренний и международный въездной туризм. Много лет компания был оператором по выездному международному туризму. В январе 1992 года «Спутник» впервые направил в КНР первую в истории края организованную туристическую группу и с тех пор ежедневно занимается направлением и приемом туристов из КНР. Туристические обмены с Китайской Народной Республикой стали главными в деятельности компании. За эти годы туризм по линии Приморского БММТ «Спутник» в КНР превратился из «дикого и стихийного» в хорошо отлаженное и плодотворное сотрудничество с соседней страной. Китай – это не только шоп-туры. Регулярно организуются поездки с широкой экскурсионной программой в Харбин, Пекин, Далянь, Байдахэ, о-в Хайнань, Сянган и др. лучшим и недорогим видом семейного отдыха по праву считается летний тур на озеро Цзинбоху.

Для приема иностранных и российских туристов разработано более 30 маршрутов по Приморскому краю и России. В г. Владивостоке «Спутник» предлагает туристам лучшие гостиницы – «Владивосток», «Версаль» «Приморье», «Гавань», «Астория» и другие; разнообразное питание, комфортабельные автобусы, квалифицированных экскурсоводов, гидов, переводчиков.

Кроме того, бюро активно развивается в сфере международного туризма: въездного и выездного, а также внутреннего. Одним из основных направлений деятельности турфирмы – туристические обмены с КНР. Регулярно организуются поездки с обширной экскурсионной программой в Харбин, Пекин, Далянь, Гонконг, на курорты Байдахэ, Аньшань, о.Хайнань и др. Помимо КНР, Приморское БММТ «Спутник» плодотворно сотрудничает с туристическими компаниями Таиланда, Вьетнама, республики Корея, Малайзии, Сингапура и других стран Юго-восточной Азии, постоянно направляя в эти страны, организованные тургруппы и индивидуальных туристов. Более 30 маршрутов по Приморскому краю и Дальнему Востоку разработано для российских и иностранных туристов.

В деятельность международного бюро туризма «Спутник» входят следующие функции:

- продажа туров напрямую туристам или через турагентов;
- оформление виз;
- комплектация туров по договорам с поставщиками услуг в соответствии с потребностями туристов;
- бронирование отелей, авиабилетов;
- весь спектр услуг по приему и коллективному обслуживанию иностранных туристов (проживание, питание, услуги гида-переводчика);

- калькуляция туров по всем возможным маршрутам;
- работа с клиентами: непосредственно предоставление услуг, ведение сопровождающей туризм документации, обеспечение безопасности и страховки, анкетирование и ведение опросов о качестве услуг;
- постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

Таким образом, «Приморское БММТ «Спутник» является многопрофильным предприятием с широким спектром услуг и большим количеством выполняемых функций как в пределах турфирмы, так и вдали от офиса. Следовательно, обратная связь с клиентами может поддерживаться круглосуточно и вне зависимости от местонахождения туристов.

1.5 Перспективы развития предприятия

Для эффективного развития предприятия очень важно моделирование экономической деятельности туристской фирмы в целях её стабильной работы и процветания в долгосрочном периоде.

Целью деятельности любой коммерческой организации в условиях рыночной экономики, в конечном счете, является получение прибыли, способной обеспечить ее дальнейшее развитие. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

Туризм является открытой системой, на которую оказывают существенное влияние природные факторы, климатические, экономические и социальные катаклизмы, национальные и региональные конфликты и т.п. Некоторые из этих внешних воздействий на систему проявляются регулярно, появление других предсказать невозможно. Ситуация осложняется и тем, что во многих случаях некоторые виды коммерческой деятельности, например, транспортная, организация размещения и питания, направлены на обслуживание не только организованных туристов, но и обычных клиентов.

Бюро «Спутник» – это всероссийская сеть успешных турагентств (более 200 офисов), а также сопутствующих бизнес-проектов, которые объединяет работа под самым узнаваемым российским туристическим брендом с использованием новейших коммуникативных инструментов. Наиболее крупные филиалы турагентства находятся в таких городах, как Москва, Домодедово, Владивосток, Нижний Тагил и Белгород. Бюро имеет большую турагентскую сеть по всей России, что позволяет формировать, реализовывать и продавать турпродукты постоянно по всей стране. В настоящее время среди туристов наиболее популярны туры по

России. К ним относятся экскурсионные, событийные туры и речные круизы в Санкт-Петербург, Москву, Калининград, Тверь. Рекреационным туризм наиболее популярен по таким направлениям как Крым, Сочи и Абхазия. Кроме того, большой популярностью пользуются туры на Камчатку и Алтай, а также в Республику Карелию. В зимний период большим спросом пользуются туры за границу (Таиланд (Пхукет и Паттайя), Турция, Египет, ОАЭ).

В дальнейшем развитие бизнеса турфирмы будет происходить за счёт разработки собственных туров по Приморскому краю и Владивостоку, в частности. На стадии разработки находится бьюти-тур по Владивостоку для иностранных граждан. Концепция тура заключается в организации шоппинга в главных бутиках и торговых центрах города, где иностранные модницы и модники могут окунуться в мир моды приморского города и приобрести вещи от местных дизайнеров. Также, тур предполагает посещение спа-центров, саун и салонов красоты, чтобы отдохнуть телом и душой.

Еще одно перспективное направление Бюро «Спутник» – организация морских круизов по всему миру. В архиве турфирмы самые разнообразные маршруты круизов (круизы из Санкт-Петербурга, круизы из Сочи и, в перспективе, круизы из Японии), а также широкий выбор теплоходов. В ближайшее время туристам будут доступны новые лайнеры – Royal и Regal Princess 5*lux.

2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник»

2.1 Анализ деятельности ООО «Приморское БММТ «Спутник»

ООО Приморское БММТ «Спутник» формирует, продвигает и реализует туристский продукт клиенту в виде комплексов (инклюзив–туров) или свободного набора услуг (заказных туров). Фирма по желанию клиента добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

Основные задачи предприятия:

- 1) составление уникальных программ туров по России и за рубежом;
- 2) полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристическим центрам и т.д.;
- 3) продвижение этой информации с помощью рекламы;
- 4) организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, с использованием специфики и особенностей туристского бизнеса.

С точки зрения специфики деятельности, бюро туризма «Спутник» является многопрофильным, т.е. осуществляющим комплексное обслуживание любых клиентов, включая отпускников, командированных и прочее.

Главной рыночной задачей ООО Приморское БММТ «Спутник» является обеспечение устойчивого положения на туристском рынке и получение прибыли. Бюро действует как розничный продавец и как туроператор, и его прибыль получается из комиссионных выплат за продажу готового туристского продукта, а также из продажи своих собственных туров. Фирма формирует свой, а также реализует уже готовый туристский продукт, а иногда и отдельные услуги: авиабилеты, номера в гостиницах, экскурсии по ценам туроператоров.

Таким образом, ООО Приморское БММТ «Спутник» специализируется на организации турагентской деятельности и сотрудничестве с крупнейшими туроператорами России.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура «Приморское БММТ «Спутник»

Оказание услуг клиентам в компании ООО «Приморское БММТ «Спутник» на высоком уровне и является основным показателем высокой квалификации ее специалистов. Отзывчивость и клиентоориентированность менеджеров доставляет удовольствие, как российским, так и зарубежным туристам. Ясные и точные описания туров с фотографиями, подробное описание особенностей места пребывания, а также помощь в выборе путешествия клиенту оказывает опытный менеджер. Весь штат сотрудников подходит к своему делу внима-

тельно и ответственно. Именно поэтому компания не только не теряет своих клиентов, но и приобретает новых [3].

За время работы в компании был выделен спрос на Китай, Турцию и Таиланд, охватываются все возрастные группы и виды отдыха. Особое внимание уделяются сезонности, так как в зависимости от времени года спрос на туры в различные страны, а также на виды отдыха заметно изменяется. Персонал туристского предприятия ООО «Приморское БММТ «Спутник» – это сплоченная команда профессионалов, которые способны создавать новые программы туров по самым различным направлениям по предпочтениям туристов.

Менеджеры турфирмы ежегодно повышают свою квалификацию на специальных курсах и семинарах. А также имеют стаж работы в туризме, и знают свои должностные обязанности. Специфика работы коллектива предприятия состоит в том, что результатом работы есть не продукт, а услуга. Процесс обслуживания происходит с особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента. Индивидуальный характер туристского обслуживания обуславливает продолжительный контакт с потребителем.

К менеджерам туристских предприятий предъявляются специфические требования, такие как, знание основных туристских направлений и общей характеристики территории специализации турфирмы, знание рынка туроператоров, навыки владения оргтехникой, в том числе, умение пользоваться современными информационными технологиями и средствами коммуникации, которые необходимы в процессе руководства, владение одним или несколькими иностранными языками. Например, в Приморском Бюро туризма «Спутник» одним из основных направлений являются туры в Китай, а также прием китайских туристов в России, поэтому менеджеры обязаны уметь осуществлять коммуникацию на китайском языке.

Соблюдение всех требований обеспечивает высокую конкурентоспособность персонала, под которой понимают совокупность личных и профессиональных свойств персонала, дающие возможность быстро воспринимать и анализировать ситуацию, принимать оптимальные решения и эффективно исполнять функциональные обязанности, а также эффективно реализоваться в работе.

Условия труда в компании ООО «Приморское БММТ «Спутник» соответствуют принятым стандартам. Помещения для работы просторные, комфортные. Оборудование в офисах соответствует общепринятым российским и мировым стандартам. В офисе есть все необходимое оборудование для работы сотрудников: персональные компьютеры, сканеры, принтеры, шредеры, дыроколы и т.д. Кроме того, в самом здании турфирмы есть отдельный санузел (мужской и женский), шкафчики для одежды и буфет.

Режим работы сотрудников: с 9.00 до 17.30 часов, с обеденным перерывом; суббота с 10.00 до 15.00 часов, воскресенье – выходной.

Турфирма находится в центре Владивостока, что позволяет легко найти адрес и добраться до офиса практически из любой точки города (Приложение А).

Дизайн офиса турфирмы располагает клиента к персоналу и создает приятную атмосферу в помещении с помощью различной сувенирной продукции и красивых ярких буклетов. Так как турфирма главным образом специализируется на экскурсионных и оздоровительных турах в Китай, соответственно и дизайн офиса выполнен в восточном стиле, что побуждает туриста приобрести тур по этому направлению.

Кроме того, офис турфирмы оборудован чайником, поэтому во время пребывания в турфирме турист может попить чай, насладиться атмосферой отдыха и подумать о своем путешествии.

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

Устраиваются корпоративные вечера и выезды в места отдыха всем дружным составом компании, что весьма эффективно способствует сплочению коллектива.

Новые сотрудники компании легко и бесконфликтно проходят собеседование и стажировку на новом рабочем месте. Для наилучшего ознакомления с деятельностью турфирмы и проведения инструктажа у менеджеров есть специально отведенные часы.

В Приморском Бюро туризма «Спутник» сотрудники уделяют большое внимание и достаточно много времени для ознакомления туриста с маршрутом, что является преимуществом для компании.

Принимая участие в составлении программы тура, узнаешь для себя много нового и интересного. Например, чтобы составить грамотную и точную программу нужно уметь правильно распределять время на весь маршрут. А для того, чтобы программа была интересной и познавательной, нужно знать все потенциально важные места и достопримечательности места пребывания. Кроме того, стоит учитывать предпочтения сегмента туристов, на которого рассчитана программа тура [4].

Сотрудники ООО «Приморское БММТ «Спутник» совместно с Приморским государственным объединенным музеем им. В. К. Арсеньева, изучая архивы и литературу, нашли места дислокации бригады. Так родился маршрут «Дорогой памяти». Первая группа туристов проехала по данному маршруту в августе 2010 г. Теперь ежегодно, 2 раза в год, дети, внуки членов интернациональной бригады посещают места захоронения своих предков.

Событийно-познавательный туристский маршрут «Дорогой памяти» посвящён памяти русских солдат, китайских и корейских партизан, бок о бок сражавшихся за освобождение северо-восточного Китая, южной части Сахалина, Курильских островов и северной части Кореи от японских захватчиков.

Он проходит по территории Приморского и Хабаровского краёв и включает уникальные туристские ресурсы Дальнего Востока. Его назначение - развитие приграничного туризма между Россией, Китаем и Северной Кореей, а также привлечение китайских туристов в г. Владивосток, Приморский край и на Дальний Восток.

«...Мы гордимся тем, что мы потомки тех, кто мужественно сражался в 88 Дальневосточной Краснознамённой бригаде...» – цитата из письма дочери китайского воина, служившего в этой бригаде.

Данный маршрут «Дорогой памяти» стал победителем регионального конкурса Национальной премии в области событийного туризма Russian Event Awards в номинации «Лучший проект исторической направленности» и получил путевку на всероссийский финал в г. Киров в декабре 2014г.

Еще один маршрут «Красный» маршрут «Этих дней не смолкнет слава» для китайских туристов, посвященный советскому прошлому Приморского края, г. Владивостока в данном конкурсе занял второе место в номинации «Лучшая тур-организация, специализирующаяся на проведении туров с выездом на события».

Таким образом, бюро предоставляет широкий спектр услуг своим клиентам.

2.3 Информационные технологии предприятия

Информационная система используется также для формирования локальной туристской информационной системы в регионе, для продвижения местных турпродуктов. Также, предложенные информационные технологии дают возможность менеджменту туристских фирм выбирать пути эксплуатации информационных систем, которые предлагают на рынке, позволяют разобраться в потоке компьютерных технологий, быстро появляющихся на российском рынке.

Для качественного функционирования турфирмы и грамотного продвижения ее турпродукта в современном офисе туристского предприятия используются следующие технические средства:

- устройства хранения информации (персональные компьютеры);
- сетевое оборудование и наличие Интернет-сайтов;
- офисная оргтехника (принтеры, шредеры, дыроколы, сканеры, факсы, телефония);
- средства коммуникации.

Охарактеризуем вышеперечисленные виды технических средств.

Компьютеры в офисе имеют стандартное программное обеспечение типа Microsoft Office. В офисе всего их 5 штук. Для работы на компьютерах используется пакет стандартных программ – MS Excel, MS Word, Skype, а также ICQ New. Для сканирования применяется программа XnView [5].

Наличие своего собственного сайта в Интернете подразумевает ведение социальных сетей: турфирма имеет свою страничку в приложении-мессенджере ВКонтакте, активно ведет аккаунт в Instagram, имеет свой Telegram-канал, а также для обратной связи и продвижения своего турпродукта использует FarPost. На этих платформах менеджеры турфирмы построят актуальную информацию о ближайших турах и открытых направлениях по России и зарубежью. Для бронирования используются системы бронирования туроператоров Pegas Touristik, Anex tour и ТТбукинг. Для входа в системы бронирования турфирма использует личный кабинет агента, чтобы располагать как можно большим количеством информации об актуальных направлениях и турах.

Офисная оргтехника. Для автоматизированного ввода информации с бумажных носителей в компьютерные системы помимо традиционной клавиатуры применяются сканеры (цветные и монохромные) различной конструкции. Важной характеристикой сканера является его разрешающая способность. Чем она выше, тем более мелкие детали изображения оригинала могут быть преобразованы в электронную форму. К устройствам вывода информации в первую очередь относятся принтеры. Они предназначены для печати на бумагу (либо пленку).

Средства коммуникации призваны обеспечивать связь с «внешним миром», передачу деловой информации в возможно более короткие сроки. К таким средствам можно отнести телефонные и факсимильные аппараты, телефонные станции (мини-АТС) и модемы.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение на рынке Бюро туризма «Спутник» и его туристического продукта является одной из ключевых форм взаимодействия с потенциальными клиентами туркомпании. Под продвижением понимается налаживание связей с реальными и потенциальными потребителями туристских услуг с целью их информирования о предлагаемых турпродуктах и побуждения к совершению покупки [6].

Основными инструментами продвижения туристского продукта нашей туркомпании на рынок в современных условиях являются: работа с агентствами, стимулирование сбыта, реклама и связи с общественностью, технология личных продаж, и т.д. Успешное продвижение туристского продукта предполагает, как правило, комплексное использование всех маркетинговых инструментов.

И для осуществления данной цели бюро туризма «Спутник» использует такие инструменты, как:

- ведение актуальных социальных сетей;
- создание собственного сайта с максимумом точек входа и понятным контентом;
- участие в различных фестивалях, выставках и форумах;
- прямая продажа (взаимодействие напрямую с клиентом);
- активное использование сарафанного радио;
- размещение контекстной рекламы;
- размещение отзывов клиентов на сайте туркомпании;

Основными этапами работы по продвижению турпродукта являются:

- планирование продвижения турпродукта на рынке;
- выбор каналов продвижения и рекламных носителей;
- составление рекламных обращений;
- выполнение и оценка эффективности продвижения и стимулирования турпродукта.

Планирование продвижения турпродукта на рынке включает:

- исследование рынка;
- анализ конкурентов;
- постановка целей и задач;
- выбор целевой аудитории (сегмента потребителей, на кого рассчитан турпродукт);
- формирование и распределение бюджета [7].

На современном рынке туризма влияние социальных медиа на продажи растет с каждым годом. Современный рынок средств массовой информации представлен самыми разнообразными формами. Задача турфирмы – избрать среди них наиболее эффективные. Для это-

го необходимо постоянно изучать рынок рекламных услуг. Особое внимание при этом следует обращать на такие характеристики рекламоносителей, как местонахождение, структура, численность их аудитории, охват рынка, частота выпуска, рейтинг, качество информации, расценки, скидки. Для продвижения турпродукта на рынке международного туризма чаще всего используют популярные СМИ.

Стоит уточнить, что существуют и другие не менее популярные способы продвижения турпродукта. Например, социальные медиа являются частью интерактивных средств массовой информации, одним из каналов коммуникации как отдельных пользователей (туристов), так и целых корпораций, и компаний (туристических агентств, компаний). Чаще всего, к социальным медиа относят:

- социальные сети;
- блоги;
- форумы;
- сайты отзывов;
- другие средства.

Стоит отметить, что социальные медиа обладают определенными свойствами, которые определяют их особенности и специфику. Помимо этого, социальные медиа обладают свойствами коммуникативности, мобильности, доступности, а также универсальности.

Социальные сети позволяют формировать сообщества (группы людей с близкими интересами, которые общаются через Интернет), повышать лояльность клиентов к туристическому предприятию или к конкретному туристическому продукту, позволяют создавать адресную рассылку и применять тем самым принцип таргетирования в маркетинге туристических услуг, а также обеспечивают широкий охват аудитории с положительным имиджем (посредством постов и лайков)» [8].

Наиболее успешным способом продвижения турпродукта является реклама в таких социальных сетях, как VK, Indstagram, FarPost. Кроме того, у турфирмы есть свой Telegram-канал, куда постоянно выкладывается свежая информация об актуальных турах и направлениях.

Таким образом, продвижение и стимулирование продаж туристского продукта осуществляется с помощью социальных медиа с целью продвижения турпродукта на туристическом рынке, которые помогают развивать коммерческую деятельность предприятия и привлекать большое количество клиентов [9].

4 Система обеспечения безопасности

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристской организации ООО «Приморское БММТ «Спутник».

Федеральный закон от 4.11.1996 № 132–ФЗ (ред. от 02.07.2021) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дает определение безопасности: «Под безопасностью туризма понимаются безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.» [10].

Стремительное 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.

Турист во время путешествия попадает в среду, отличающуюся от обычной среды его обитания, и это пребывание вне дома чревато для туриста всевозможными опасными обстоятельствами. Незнание языка, обычаев, традиций, отсутствие иммунитета от распространенных в этой местности болезней, перегруженность программ и сложность маршрутов и, как следствие этого, интенсивные нагрузки становятся угрозой для жизни и здоровья туриста. Нередко туристы становятся жертвой внутривнутриполитических столкновений, терроризма, уголовных преступлений, попадают в районы боевых действий [11].

К факторам риска относят также травмоопасность, воздействия окружающей среды, психофизиологические нагрузки, пожароопасность, 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. Тем не менее, безопасность туриста напрямую зависит как от мер, принимаемых туристическими организациями, так и от действий самого туриста.

Страхование – это еще один способ защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц. Нередко страхование 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 – личное страхование, имущественное, страхование гражданской ответственности, страхование отпусков и поездок [12]:

- 1) медицинское – страхование жизни и здоровья туриста;
- 2) имущественное – страхование багажа, фото- и видеоаппаратуры, личного автотранспорта и иного личного имущества туриста, а также имущества турфирм;
- 3) гражданской ответственности – страхование ответственности туристов, владельцев транспорта, отелей, турфирм и других субъектов туризма [13].

Страхование бывает добровольным и обязательным, индивидуальным и групповым. Обязательное страхование осуществляется в силу закона страны пребывания. Медицинское страхование при выезде в некоторые страны является непременным условием получения визы.

Основной целью предпринимательской деятельности являются получение максимальной прибыли, увеличение капитала, вложенного в дело. В связи с этим важное значение приобретает страхование на случай возможной потери ожидаемой прибыли или недополучения планируемого дохода [14].

Страховые взносы определяются на основе тарифов.

Страховой тариф (тарифная ставка) представляет собой ставку взноса с единицы страховой суммы или объекта страхования. В качестве единицы страховой суммы в отечественном страховании принимают 100 денежных единиц (д. ед.).

Главное назначение тарифной ставки – это оптимально оценить величину страхового взноса, уплачиваемого страхователем страховщику за оказываемые им услуги.

Страховые тарифы по добровольным видам страхования рассчитываются страховщиками самостоятельно в рамках действующего законодательства. Размер тарифа определяется в договоре по соглашению сторон [15].

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

ООО «Приморское БММТ «Спутник» обеспечивает соблюдение отчетной документации по номеру и наименованию маршрута, продолжительности поездки с/по; прибытию транспорта к месту начала и окончания маршрута; явке туристов на маршрут; характеристике предоставленных услуг: транспорт; трансфер; средства размещения; питание; экскурсионная программа, выданные на поездку документы, финансы; возврат отчетных документов, финансов; инструктаж туристов на маршруте; наличие конфликтных ситуаций; нарушение партнерами, перевозчиком договорных обязательств; замечания и предложения по организации тура.

1) Ведение документооборота с использованием информационных технологий.

Каждая туристическая фирма стремится к увеличению положительных отзывов от постоянных клиентов, пользующихся ее услугами из года в год, повышению качества обслуживания и поддержанию хорошей репутации на рынке туристических услуг. Компании крайне важно быть в курсе всех изменений, касающихся ее деятельности и уметь оперативно отреагировать на них, быстро находить необходимую информацию, четко и грамотно оформлять комплекты документации по работе с клиентами и партнерами.

Внедрение системы электронного документооборота позволяет компании повысить эффективность своей работы за счет рациональной организации работы с документами [16].

Рассмотрим типовые функции сотрудников туристической фирмы, которые можно автоматизировать с помощью системы электронного документооборота:

- регистрация и обработка заявок от клиентов, занесение в базу их персонифицированных данных;
- автоматическая загрузка документов из электронной почты и сканера;
- согласование, визирование, утверждение документов. Автоматизация этой функции особенно актуальна для больших компаний с развитой сетью филиалов;
- поиск и систематизация информации;
- учет входящих, исходящих и внутренних документов;
- хранение файлов, их коллективное рассмотрение и редактирование;
- формирование аналитических отчетов.

Даже при условии автоматизации только вышеперечисленных функций, сотрудники могут сэкономить большое количество времени, уходящее на второстепенные задачи, а это значит, что электронный документооборот для туристических фирм – это не простое следо-

вание модным веяниям, а насущная необходимость по совершенствованию ежедневной работы.

Для более полной реализации всех возможностей по рационализации работы в туристической фирме рационально будет использовать комплексный подход, который включает в себя наряду с внедрением модуля электронного документооборота, также модуля бухгалтерии и CRM (Customer Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами). Интеграция этих трех составляющих позволяет автоматизировать не только управление документопотоками, но и взаимоотношениями с клиентами, ведение бухгалтерского и налогового учета и осуществление анализа всей финансово-хозяйственной деятельности фирмы [17].

Вот ряд дополнительных возможностей, которые могут стать доступными благодаря использованию комплексного подхода к автоматизации бизнес-процессов:

- единое для всей фирмы хранилище информации, которое позволяет в любой момент получить все сведения о взаимодействии с клиентом, как предыдущем, так и планируемом. Эта функция удобна тем, что позволяет получить доступ к информации в отсутствие ответственного сотрудника, конечно, при условии разрешенного доступа;
- специализированный интерфейс (рабочий стол) для различных групп сотрудников (менеджеры, руководство) с возможностью быстрого поиска и анализа информации о клиентах, контактах и сделках;
- возможность интеграции с системами заказа и бронирования билетов и номеров в гостиницах и отелях;
- ведение информационной или СМС-рассылки о новых предложениях для клиентов, поздравлениях их с праздниками;
- возможность сопоставления анализа истории взаимоотношений с клиентами и анализа данных о продажах;
- наличие системы напоминаний и календарного планирования;
- формирование аналитических отчетов (количество заявок за определенный период, движение по счетам за период, эффективность рекламы, структура продаж туров и услуг, билетов);
- автоматизация системы скидок: статистика выдачи клубных карт, бонусов;
- планирование и управление продажами;
- управление рабочим временем и оценка эффективности работы персонала на основе ежедневных отчетов;
- отслеживание истории взаимоотношений с клиентами;

- использование всех каналов взаимодействия с клиентами: телефонные звонки, социальные сети, электронная почта, встречи, мероприятия и т.д.;
- упрощение подготовки данных для принятия организационных решений на основе анализа информации о клиентах;
- автоматизация бизнес-процессов, связанных с обменом информацией между сотрудниками;
- повышение прозрачности и управляемости предприятия;
- повышение качества управления;
- снижение риска утечки информации.

Используя средства автоматизации, менеджер туристической фирмы оперативно находит актуальные сведения о предпочтениях того или много клиента, истории его поездок и финансовых возможностях и может быстро подобрать оптимальное предложение. Кроме того, можно построить работу с клиентами по формализованному алгоритму, зависящему от совокупности параметров конкретного клиента.

Подводя итоги, хочется отметить, что электронный документооборот для туристических фирм, особенно при использовании в совокупности с дополнительными модулями по автоматизации бизнес-процессов, позволяет сократить время на выполнение рутинных операций, содержать в порядке и под защитой всю ценную информацию. Все это способствует более эффективной работе менеджеров, что в конечном итоге приведет к росту продаж и повышению качества обслуживания клиентов.

2) Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан.

Для того, чтобы сотрудники ООО «Приморское БММТ «Спутник» смогли грамотно оформить визу, необходимо:

- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.

Перечислим документы, необходимые для оформления визы, это:

- нотариально заверенное приглашение. Часто не принимаются факсимильные документы, а требуются подлинники приглашений. Нужен также отдельный лист с разборчивыми полными данными принимающей организации: ее название и адрес на языке страны, номера телефонов, факсов, телексов, фамилия пригласившего лица;

– заполненные анкеты. Бланки визовых анкет можно получить непосредственно в посольстве. Визовые анкеты в разных странах различные. Их форма и содержание зависят от цели поездки и ее продолжительности. Заполнение анкеты производится на русском языке на компьютере, реже ручкой (не карандашом), как правило, черного цвета, печатными буквами без сокращений. Все сведения указываются полностью, в том числе дата и место рождения. В анкете также указываются: Ф. И.О. и год рождения родителей, братьев и сестер, девичья фамилия туриста и супруга, адрес места работы, название организации и занимаемая должность, домашний и рабочий телефоны. Иногда требуется указать пункт пересечения границы, т.е. пункт въезда (Италия, Франция);

– несколько (обычно 2) одинаковых фотографий 4 x 5 см, давность которых не более 2 лет, если не оговорено иное. С обратной стороны фотографий следует написать карандашом печатными буквами фамилию и инициалы (по требованию – расписаться ручкой). Следует особо обратить внимание на способ прикрепления фотографий к анкете (с помощью клея, скобок, скрепок, скотча, или «не приклеивать»), это указано, как правило, в сноске на бланке анкеты;

– копия паспорта одного из родителей, где вписаны дети до 16 лет, или копия отдельного паспорта ребенка. В ряде стран детей вписывают в визу родителей (Австралия, Австрия, Аргентина). Для детей до 18 лет при выезде без родителей или с одним из родителей необходима копия доверенности от родителей и справка из школы;

– копия военного билета для мужчин от 17 до 28 лет;

– справка медицинского освидетельствования туриста (ряд стран требуют анкету медицинского обследования и на СПИД: США – при въезде на постоянное место жительства; Китай, Пакистан, Филиппины – на срок более 1 года; Ливия – до 6 мес.; Иран, КНДР – свыше 3 мес.).

Если турист по профессии журналист, то может потребоваться для получения визы специальное согласие пресс-службы посольства на его въезд в страну или от него потребуют расписку: «во время турпоездки не буду заниматься журналистской деятельностью» [18].

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

Маркетинговые исследования нужны для эффективного ведения бизнеса. Исследования дают информацию, а это главная ценность бизнеса. Организация маркетинговых исследований лежит на плечах маркетолога. Маркетинговые исследования – это такая работа маркетолога, которая дает компании нужную для работы информацию.

Конкурентоспособность компании определяется умением работать на основании точных данных, а не полагаясь на одну интуицию. Задача маркетингового анализа рынка – изучить потребности целевой аудитории.

1) Осуществление маркетинговых исследований.

Для эффективной рыночной деятельности, ведения целенаправленной конкурентной борьбы туристской фирме необходимы маркетинговые исследования.

Принципиальной особенностью маркетингового исследования, отличающей его от сбора и анализа внутренней и внешней текущей информации, является его целевая направленность на решение определенной проблемы или комплекса проблем маркетинга. Эта целенаправленность и превращает сбор и анализ информации в маркетинговое исследование.

Под маркетинговым исследованием следует понимать целенаправленный на решение стоящей перед турфирмой маркетинговой проблемы (комплекса проблем) процесс постановки задач, получения маркетинговой информации, планирования и организации ее сбора, анализа и представления отчета о результатах.

Комплексное маркетинговое исследование проводится туристской фирмой самостоятельно или его проведение заказывается специализированным маркетинговым фирмам. Маркетинговые исследования могут быть применены к любой стороне маркетинга, которая требует наличия информации для содействия принятию оптимального решения.

Маркетинговые исследования – это систематический сбор, регистрация и анализ данных о проблемах, связанных с маркетингом туристских услуг, с целью снижения информационной неопределенности и коммерческого риска.

Главная цель маркетинговых исследований – уменьшение неопределенности и риска при принятии коммерческих решений.

Задачей маркетингового исследования является всесторонний анализ внутренней и внешней среды туристского предприятия и подготовка на этой основе информации, необходимой для принятия решений, касающихся производственно-сбытовой деятельности.

Внешняя среда туристского предприятия включает:

– факторы прямого воздействия – конкуренты, потребители, инвесторы, собственники, поставщики, а также законы и государственные органы;

– факторы косвенного воздействия – состояние экономики, научно-технический прогресс, политические, географические и социально-культурные факторы, а также факторы международного окружения.

Изучение внешней среды туристского предприятия – это прежде всего изучение рынков: их емкости, тенденций развития и т.д.

К социально-экономической информации относятся данные, оказывающие влияние на деятельность предприятия, работающего по маркетинговой программе:

- демографические, социальные, политические, экономические тенденции;
- структура доходов, расходов, покупательская способность населения и предприятия;
- данные о конкурентах;
- общая динамика цен;
- политика правительства в области налогообложения, планирование, контроль и регулирование хозяйственной деятельности;
- изменения в законодательстве.

К маркетинговому исследованию предъявляются следующие требования:

- научность, т.е. объяснение и предсказание изучаемых явлений и процессов на основе научных принципов и объективно полученных данных, выявление закономерностей развития;
- комплексность, т.е. изучение явлений и процессов в их взаимосвязи и развитии, анализ структуры, выявление иерархии и подчиненности элементов;
- достоверность, т.е. обеспечение научных принципов сбора и обработки данных.

К основным принципам проведения маркетинговых исследований относятся:

- а) принцип объективности – необходимость учета всех факторов и недопустимость принятия определенной точки зрения до завершения анализа всей собранной информации.
- б) принцип точности – четкость постановки задач исследования, однозначность их понимания и трактовки, а также выбор инструментов исследования, обеспечивающих необходимую достоверность результатов исследования.
- в) принцип тщательности – детальность планирования каждого этапа исследования, высокое качество выполнения всех исследовательских операций, достигаемое за счет высокого уровня профессионализма и ответственности исследовательского коллектива, а также эффективной системы контроля его работы.

На практике при проведении конкретного маркетингового исследования чаще всего используется не один, а все типы исследований, причем в любой последовательности [19].

2) Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.

Принимая решение об организации международных туристских путешествий, российская турфирма обязана изначально установить деловые отношения с заинтересованными иностранными турфирмами. Вопрос о количественном составе иностранных партнеров в отдельно взятой стране решается на основе оценки потенциала зарубежного или российского

туристского рынка и материально-технических возможностей турфирм. Следует добиваться оптимального варианта, ибо большое число партнеров за границей ведет к дроблению рынка и «растаскиванию» потенциальных покупателей, а их численное сокращение до единственного генерального представителя лишает российскую турфирму возможности использовать фактор конкуренции и ставит ее в некоторую зависимость от иностранного партнера.

Налаживание партнерских отношений начинается с поиска солидных и перспективных турфирм в намеченных странах. В этих целях используются информация из Интернета, иностранные справочники туристских фирм, их рекламные материалы, встречи и контакты с представителями иностранных турфирм на туристских выставках, биржах, презентациях, рекомендации ассоциаций туристских агентств и других туристских организаций. При этом рекомендуются активные методы поиска, например, деловые поездки руководителей российских турфирм за границу, продвижение имиджа российских турфирм в зарубежных туристских деловых кругах путем целевой рекламы.

Выбор деловых партнеров ведется на конкурсной основе путем установления предварительных контактов с несколькими зарубежными турфирмами, для того чтобы после оценки их деловых качеств выбрать для окончательных переговоров и заключения договора наиболее предпочтительные варианты.

Основные вопросы, которые могут помочь сделать оценку деловых качеств иностранной турфирмы, обычно таковы:

- юридическое название и адрес турфирмы, телефон, факс, e-mail;
- организационно-правовая форма (форма собственности);
- каким официальным документом подтвержден юридический статус фирмы (лицензия, патент, регистрация, срок их действия);
- год создания фирмы;
- размер уставного капитала, сумма финансовой ответственности;
- наличие ликвидных ценностей, основных фондов (здание, гостиница, автотранспорт и др.);
- виды деятельности (направление, прием туристов, специализация);
- членство фирмы в национальной ассоциации туристских агентств и в других туристских организациях;
- наличие у фирмы розничной турагентской сети, ее численность и территориальное размещение;
- виды и объемы рекламы (ее образцы);
- организационная структура фирмы, численность ее персонала, фамилии руководителей.

Эта и другая информация об изучаемой фирме, полученная из разных источников, должна быть систематизирована, т.е. отсеиваются второстепенные сведения и выделяются те, которые позволяют дать объективную оценку деловых качеств. Прежде всего необходимо знать ответы на три главных вопроса: каковы правоспособность, кредитоспособность и дееспособность интересующей нас фирмы.

ПК 3.3 Формировать туристский продукт

Технология организации и проведения маршрута определяется оптимальностью обслуживания, при составлении программ туров необходимо учитывать не только определенный уровень комфортности обслуживания, но, а также соответствие программ обслуживания цели путешествия.

Первый этап формирования турпродукта – поиск идей и определение объекта туризма. На данном этапе идеи для турпродукта отбираются на основе информации потребителей, продуктов конкурентов, предложений от персонала турфирмы, статистики туристических поездок. Поэтому определение объекта туризма является ключевым этапом формирования турпродукта.

Второй этап формирования турпродукта – отбор идей, т.е. обоснование разрабатываемого туристского продукта с целью найти наиболее интересные и привлекательные идеи для туристов. На данном этапе формируется общая концепция турпродукта и определяется комплекс входящих в него услуг. Отобранная идея трансформируется в конкретный проект, который будет разрабатываться в дальнейшем.

Третий этап формирования турпродукта – разработка конкретного варианта турпродукта, который фирма будет предлагать туристам. Основные критерии на данном этапе: комплексность продукта, полезность, функциональность входящих в него туристских услуг, надежность и способность удовлетворить потребности туриста. Это наиболее длительный этап, определяющий конечный результат.

1) Консультирование партнеров по турпродуктам.

туристический экскурсионный продвижение

Рассмотрим следующие этапы взаимодействия турагентской фирмы и фирм-туроператоров по продвижению и реализации туристского продукта.

Наличие у туроператора широкой и разветвленной агентской сети обеспечивает:

- рост объемов продаж туристских продуктов;
- выход на новые рынки;
- экономию расходов на содержание собственного персонала, аренду помещений, их оборудование и др.

В свою очередь, турагент получает комиссионное вознаграждение за посредничество в реализации туров конечным потребителям. Размер вознаграждения устанавливается в процентном отношении к цене продаваемого туристского продукта и обычно составляет 7-12%. В ряде случаев он может быть увеличен (например, при сбыте туристских услуг сверх согласованного объема). Комиссионное вознаграждение является основным источником доходов турагентов.

После того, как клиент турагентства принял решение о совершении поездки и выбрал наиболее приглянувшийся отель, тип питания, экскурсионную программу, дату выезда, наступает черед менеджера воплощать устные намерения в действительность.

Для этого необходимо забронировать тур или тот пакет услуг, которые клиент заказал. Для этого агент направляет заявку туроператору. Заявка может быть принята через интернет, телефон или посредством факсимильной связи. Необходимо заметить, что многие крупные туроператоры в последнее время поощряют бронирование через интернет и в качестве бонусов повышают процент комиссионного вознаграждения. Интернет – бронирование имеет ряд преимуществ. Главное из них – реальное отражение наличия тех или иных услуг (свободных мест в отеле, самолете и т.д.). К тому же обработка интернет – заявки занимает значительно меньше времени и ответ клиенту агентство может дать уже в день подачи заявки. Каждая турфирма разрабатывает индивидуальный образец листа бронирования.

После получения подтвержденного заказа туроператор резервирует места на транспорте и комнаты в отелях согласно поступившему заказу. И только после этого Оператор выставляет Агенту счет-подтверждение на оплату заявленного тура.

После подтверждения заказа агент поручает туроператору от имени агента (клиентов агента) произвести действия по передаче документов в посольство (консульство) для оформления виз для клиентов.

Осуществление туристских операций предполагает установление и поддержание определенных взаимоотношений между туроператором и турагентом [20].

2) Предоставление информации турагентам по рекламным турам.

Участие менеджеров туристских операторов и агентств в рекламных турах является почти единственным способом полного ознакомления с туристским продуктом, что называется, изнутри. Полная осведомленность о средствах размещения, расположении основных достопримечательностей в стране, видах предлагаемых услуг и даже их качестве как в отеле, так и за его пределами позволяет не только привлекать покупателей туристского продукта, но и формировать у них устойчивый благоприятный имидж туристской фирмы в совокупности с доверительным отношением к мнению менеджера. В этой связи актуализируются орга-

низационно-правовые и учетно-налоговые вопросы участия туристских менеджеров в таких турах.

Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ) определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов РФ.

Статья 10 Федерального закона от 24.11.1996 N 132-ФЗ свидетельствует, что информация о потребительских свойствах турпродукта (программе пребывания, маршруте и условиях путешествия, средствах размещения, условиях питания и т.д.) является существенным условием договора о реализации турпродукта. В этой связи продажа тура должна сопровождаться предоставлением туристу полной информации о маршруте его следования и условиях пребывания.

Соблюдая требования закона, перед заключением договора менеджер должен проинформировать клиента обо всех деталях туристского продукта. Возможность рассказать клиенту о стране, ее обычаях и нравах, экскурсиях, отельной базе и предоставляемых в ней услугах – залог и благополучного отдыха клиента, и успешной деятельности туристской фирмы.

Именно для таких целей и служат рекламные туры, организуемые преимущественно туристскими операторами как для своих сотрудников, так и для привлечения менеджеров туристских агентств [21].

ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта

Цена на туристский продукт определяется методом нормативной калькуляции себестоимости услуг. Вообще калькуляция - это определение стоимости одной единицы услуги (товара).

При калькуляции себестоимости любой услуги важно обосновать калькуляционную единицу, принятую в качестве измерителя уровня затрат, так как потребительские свойства (качество) даже одноименной услуги часто бывают разными. Важно исчислить затраты на производство единицы услуги строго определенной потребительской стоимости.

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

- цена должна возместить туристскому предприятию затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ему функционировать на принципах самофинансирования;

- цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;

- цена должна быть гибкой, то есть обладать маневренностью и динамичностью.

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

1) Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта.

Себестоимость туристского продукта складывается из суммы переменных и постоянных затрат на организацию тура. Кроме того, в себестоимость включаются и другие затраты в соответствии с приказом председателя ГКФТ от 08.06.98 № 210.

Основными составляющими турпакета являются:

- размещение (в зависимости от тарифа, в него может быть включено питание по системам В/В, Н/В, F/В, АI и т.д.);

- питание (может как входить в стоимость размещения, так и быть отдельным элементом турпакета);

- трансфер (обычно стоимость трансфера сразу рассчитывается на группу туристов, следовательно для того, чтобы узнать стоимость транспортного обслуживания на одного человека, нужно эту стоимость разделить на количество туристов в группе);

- услуги гида, экскурсионное обслуживание (входные билеты в музеи, театры, парки, экскурсионное оборудование);

- обязательное страхование туриста (всегда входит в турпакет. В зависимости от страны пребывания и вида тура существуют различные виды страхования (экскурсионный туризм, пляжный, экстремальный, активный и др.), в них могут входить различные элементы страхования, поэтому стоимость такой страховки может меняться);

- комиссионное вознаграждение (комиссия турагенту за продвижение турпродукта составляет 10 процентов от себестоимости турпродукта);

- упрощенная система налогообложения – УСН (упрощенная система налогообложения (УСН) – это один из налоговых режимов, который подразумевает особый порядок уплаты налогов и ориентирован на представителей малого и среднего бизнеса. УСН составляет 6 процентов от себестоимости турпродукта).

Для того, чтобы рассчитать стоимость турпродукта, для начала нужно сложить первые пять пунктов. Следует брать цены на группу туристов, а не на одного человека. Затем, следует рассчитать УСН. Для этого себестоимость турпродукта умножим на 6% и разделим на 100 процентов. Далее, чтобы узнать стоимость комиссионного вознаграждения, ту же себестоимость турпродукта умножим на 10 процентов и разделим на 100 процентов. Затем, сложим все вышеперечисленные элементы и получим стоимость турпродукта. Чтобы узнать стоимость турапакета на группу туристов, умножим его стоимость на количество человек в группе [22].

2) Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.

Доход турагента (комиссионное вознаграждение) будет отражаться в Книге учета доходов и расходов на дату поступления денежных средств от покупателей туристических путевок на основании банковской выписки (размер дохода указан в акте зачета взаимных требований и отчете агента).

Компания применяет УСН «Доходы минус расходы», поэтому предоставляемые туристам скидки не изменяют налоговую базу турагента, так как такой вид расходов, как сумма скидки по продаже туристической путевки, п. 1 ст. 346.16 НК РФ не предусмотрен. То есть данные расходы не уменьшают полученные доходы налогоплательщика в целях исчисления налога по УСН (письмо Минфина России от 30.09.2004 № 03-03-02-04/1/19).

Пример: компания является турагентом, применяет УСН «Доходы минус расходы». Турагент берет по агентскому договору на реализацию туристические путевки и реализует их покупателям по договорам на туристическое обслуживание.

В стоимость путевки входит:

- бронирование отеля;
- проживание;
- питание;
- стоимость авиабилетов;
- трансфер.

Агент участвует в расчетах. Комиссионное вознаграждение турагента составляет разницу между назначенными туроператором суммой и ценой, по которой турагент совершит сделку. Туроператор дает право турагенту продавать путевки со скидками при бронировании определенного отеля, при продаже горящих путевок, со сроком вылета менее 3 дней. Скидки предоставляются за счет вознаграждения турагента (размер скидок – 15-20 %).

ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения

Планирование можно определить как процесс принятия решений, который предшествует будущему действию.

Процесс управления предприятием складывается из многих функций (планирование и прогнозирование; организация; координация и регулирование; учет, контроль и анализ; активизация и стимулирование). Каждая функция характеризуется присущим ей технологическим способом воздействия на управляемый объект.

Функции управления всегда направлены на достижение целей управления. Поскольку цель управления формируется в рамках функции «планирование - прогнозирование», можно сказать, что данная функция в системе функций управления предприятием является центральной.

Планирование на любом предприятии базируется на неполных данных, даже если имеется хорошо налаженная система бухгалтерского и статистического учета. Проблема состоит в том, что некоторые аспекты функционирования экономической системы не поддаются оценке, например, действия конкурентов, экономические циклы, забастовки, политическая обстановка. Показатели конъюнктуры рынка являются исходными для составления плана предприятия.

Поэтому планирование, как правило, тем легче, чем крупнее предприятие (хотя на небольших предприятиях некоторые факторы производства оказываются более обозримыми для руководства, чем на крупных). Данные обстоятельства придают планированию вероятностный характер.

1) Построение управленческой деятельности.

Реализация функций и принципов управления осуществляется путем применения различных методов. Методы управления – это совокупность приемов и способов воздействия на управляемый объект для достижения поставленных организацией целей. Слово «метод» - греческого происхождения (в переводе означает способ достижения какой-либо цели). Через методы управления реализуется основное содержание управленческой деятельности.

В практике управления, как правило, одновременно применяют различные методы и их сочетания. Так или иначе, но все методы управления органически дополняют друг друга и находятся в постоянном динамическом равновесии.

Направленность методов управления всегда одна и та же - они направлены на людей, осуществляющих различные виды трудовой деятельности – на персонал организаций (предприятий, компаний, фирм).

Экономические методы управления. Это система приемов и способов воздействия на исполнителей с помощью конкретного соизмерения затрат и результатов (материальное стимулирование и санкции, финансирование и кредитование, зарплата, себестоимость, прибыль,

цена). При этом следует учесть, что кроме сугубо личных участник процесса преследует и общественные, и групповые цели. В качестве основных методов управления здесь выступает система заработной платы и премирования, которая должна быть максимально связана с результатами деятельности исполнителя. Оплату труда менеджера целесообразно связать с результатами его деятельности в сфере ответственности или с результатами деятельности всей фирмы.

Организационно-распорядительные методы управления. Это методы прямого воздействия, носящие директивный, обязательный характер. Они основаны на дисциплине, ответственности, власти, принуждении.

К числу организационных методов относят:

- организационное проектирование;
- регламентирование;
- нормирование.

При этом не указываются конкретные лица и конкретные даты исполнения. При распорядительных методах (приказ, распоряжение, инструктаж) указываются конкретные исполнители и сроки выполнения.

Организационные методы основаны на типовых ситуациях, а распорядительные относятся большей частью к конкретным ситуациям. Обычно распорядительные методы основываются на организационных. Сущность организационного регламентирования состоит в установлении правил, обязательных для выполнения и определяющих содержание и порядок организационной деятельности (положение о предприятии, устав фирмы, внутрифирменные стандарты, положения, инструкции, правила планирования, учета и т.д.). Организационное нормирование включает нормы и нормативы расходов ресурсов в процессе деятельности фирмы. Регламентирование и нормирование являются базой организационного проектирования новых и действующих фирм.

2) Разработка должностных инструкций.

Четкое разделение повседневной трудовой деятельности между сотрудниками туристской организации – залог ее успеха. Должностная инструкция менеджера по туризму призвана обозначить круг необходимых квалификационных требований, предъявляемых к сотруднику организации, и перечень его трудовых обязанностей. Помимо вышеуказанного, данный документ является основанием для разрешения трудовых конфликтов.

Основная цель настоящей инструкции – регламентация организационно-правового статуса менеджера по туризму (далее по тексту – менеджер) в качестве специалиста.

Сотрудника организации принимают на работу, назначают на должность менеджера и освобождают от занимаемой должности на основании соответствующего приказа руководства, изданного с учетом положений и требований законодательства РФ в трудовой области.

Менеджер находится в прямом подчинении руководителя организации. В случае его продолжительного отсутствия (на срок очередного отпуска, болезни, командировки и пр.) полный перечень трудовых обязанностей менеджера выполняет другой сотрудник организации, назначаемый на основании соответствующего приказа руководства. Трудовая деятельность указанного сотрудника регламентирована положениями и требованиями настоящего документа.

На должность менеджера может быть назначен сотрудник с опытом работы в сфере туризма не менее полугода, имеющий высшее профессиональное образование по одной из следующих специальностей [23]:

- туризм;
- туристический сервис;
- менеджмент и маркетинг туризма;
- экономика туристической индустрии.

Для эффективного выполнения трудовых функций менеджер обязан обладать достаточным уровнем знаний и навыков в области разработки, создания и реализации турпродуктов.

ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных

Менеджмент – это самостоятельный вид деятельности, направленный на достижение намеченных целей путем рационального использования материально-технических, финансовых, информационных и трудовых ресурсов. Он изучает наиболее рациональные технологии управления различными организационными единицами: предприятиями, фирмами, корпорациями, группами.

Конечная цель менеджмента состоит в обеспечении прибыльности, или доходности, предприятия путем рациональной организации производственного процесса, включающей управление производством и развитие технико-технологической базы, а так же эффективное использование кадрового потенциала при одновременном повышении квалификации, творческой активности и лояльности каждого работника. Прибыльность предприятия свидетельствует об эффективности его производственно-сбытовой деятельности, которая достигается путем минимизации затрат и максимизации доходов от результатов производства.

Менеджмент призван создать условия, для успешного функционирования предприятия исходя из того, что прибыль не причина существования предприятия, а результат его деятельности, который в конечном итоге определяется рынком.

Основной задачей менеджмента является организация производства товаров и услуг с учетом потребностей потребителей, на основе имеющихся материальных и трудовых ресурсов, обеспечение рентабельности деятельности предприятия.

1) Принятие управленческого решения.

Принятие решений, как и обмен информацией, – это составляющая любой управленческой функции. Решение – это предписание к действию в соответствии с целью решения проблемы. Управленческое решение может рассматриваться как организационный акт, интеллектуальная задача, как один из центральных составляющих процесса управления, важнейшее связующее звено между управляющей и управляемой системами.

В процессе управления менеджер оказывается перед необходимостью выбора одного варианта действий с нескольких возможных. Результат такого выбора и является решением, следовательно, управленческое решение – это альтернативное решение.

На каждом предприятии, в каждой туристической организации процесс разработки и принятия управленческих решений имеет свои особенности. Они определяются спецификой деятельности организации, ее структуре, организационной культурой, опытом руководителей и управленческого персонала. Существует общая технология процесса принятия решений, которая предусматривает семь этапов.

Диагностика проблемы чаще всего обнаруживает две их категории:

- проблему-ситуацию, когда поставленные цели не решены;
- проблему – потенциальную возможность.

Этот этап предусматривает установление симптомов осложнений; определения новизны проблемы и ситуации; выяснения причин и источников возникновения проблемы; установления возможных взаимосвязей с другими проблемами; определение полноты и достоверности информации о проблеме; установления возможности решения проблемы. В конце концов, определение сущности проблемы позволяет сформулировать конкретную цель (цели) принятия решения.

Второй этап характеризуется определением ограничений для принятия решения (временных, финансовых, трудовых, законодательных, конкуренции и т.п.) и критериев для оценки альтернатив (эффект от реализации решения, степень достигаемости поставленных целей, минимизация расходов, максимизация прибыли, время выполнения решений и т.п.).

На третьем этапе определяются альтернативы (варианты решения). Руководитель, как правило, ограничивает количество вариантов выбора для рассмотрения лишь несколькими, которые являются наиболее приемлемыми. При этом большое значение приобретают опыт и интуиция руководителя. В сложных ситуациях необходимо приглашать экспертов.

Четвертый этап предназначен для анализа и оценки избранных альтернативных вариантов решения по установленным критериям и с учетом определенных ранее ограничений. При оценке сложных решений руководитель с помощью экспертов выявляет преимущества и недостатки каждого из них, возможные общие последствия.

На пятом этапе на основе проведенного анализа проблемы и оценки альтернатив выбирается окончательный вариант решения (альтернатива с наиболее благоприятными последствиями).

На шестом состоянии реализуется (внедряется) решения. Задачей руководителя на этой стадии является организация выполнения решения, которая включает составление плана реализации решения и доведение его, а также самого решения до исполнителей и тех, кого оно касается. Менеджер должен распределить права и ответственность, заинтересовать людей в исполнении решения, при необходимости провести разъяснительную работу.

Завершающим этапом реализации решения является контроль. Главная миссия этого состояния – установление обратной связи, определение причин отклонений, внесение (при необходимости) изменений (корректив) в план реализации решения или в само решение.

2) Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности.

В процессе межличностного общения эмоции играют важную роль. Именно контроль собственных эмоций является одной из центральных проблем регуляции в области общения.

Эмоциональная саморегуляция – это управление человеком собственными эмоциями в процессе ее деятельности или общения с другими людьми. Это способность быстро восстанавливать физические и душевные силы, адаптироваться к текущей жизненной ситуации. Также это умение обращаться с чувствами, преодолевать негативные эмоции и конструктивно управлять интенсивностью эмоций и их выражением. Управление собственным эмоциональным состоянием происходит с помощью различных средств. Изард Кэрролл описал три глобальных способа реализации этого процесса, а именно: управление с помощью другой эмоции, когнитивная регуляция, моторов регуляция.

Первый способ предполагает использование сознательных усилий, направленных на активацию другой эмоции, противоположной той, которую человек переживает и которой хочет избавиться. Для осуществления саморегуляции таким образом приятная эмоция может ассоциироваться с конкретными воспоминаниями – так называемыми «якорями» (мыслями, образами, ощущениями), которые позволят вызвать нужное эмоциональное состояние. Для выработки соответствующей навыки можно выполнять упражнение «Искусство перевоплощения». Для ее выполнения нужно стать перед зеркалом и внимательно рассмотреть свое

лицо. Затем максимально растянуть уголки рта («рот до ушей»), максимально вытянуть губы в виде трубочки.

Во время выполнения определенных задач описанной упражнения используется действенный прием эмоциональной саморегуляции – визуализация (создание образов воображения с помощью слуховых, зрительных, вкусовых, обонятельных, тактильных ощущений и их комбинаций).

Второй способ связано с использованием внимания и мышления для подавления нежелательной эмоции или установления контроля над ней. Речь идет о переключении сознания на события и деятельность, вызывающие у человека интерес, положительные эмоциональные переживания. Переключение связано с направлением сознания на другую, например, техническую сторону дела. Известно, что переключение внимания с тягостных раздумий на деловую сторону предстоящей деятельности, осмысление трудностей путем их анализа, уточнения инструкций и заданий, повторение мысленно будущих действий, сосредоточение внимания на технических деталях задания, тактических приемах, а не на значимости результата, дает лучший эффект, чем отвлечение от предстоящей деятельности. Отвлечения (отключение) состоит в умении думать о чем угодно, кроме эмоциогенных обстоятельствах. Оно требует волевых усилий, с помощью которых лицо пытается сосредоточить внимание на представлении посторонних объектов и ситуаций. Этот прием часто используется в славянских лечебных заговорах с целью устранения негативных эмоций.

Третий способ предусматривает использование физической активности как канала разрядки имеющейся эмоционального напряжения.

Например, с целью экстренного снижения уровня эмоционального напряжения может быть использовано общее расслабление мышц, ведь мышечная релаксация несовместима с чувством беспокойства. В свое время Едмуна Якобсон обнаружил такую закономерность: существует строгое соответствие между напряжением и расслаблением отдельных групп мышц и определенными психическими состояниями. Именно это он положил в основу разработки техник постепенной мышечной релаксации для коррекции эмоционально напряженных состояний. Одна из них является действенным способом быстрого преодоления тревоги перед важной беседой (публичным выступлением). Для этого нужно, начиная с мышц пальцев ног, напрягать все группы мышц, мысленно постепенно продвигаясь к мышцам лица (при этом уже напряженные мышцы нужно удерживать в таком состоянии). Когда будет напряженно последнюю группу мышц, одновременно расслабить все мышцы. С одной стороны, сработают психофизиологические механизмы, а с другой - состоится отвлечение от негативных мыслей. Также мощное воздействие имеет активация чувство юмора. Смех приводит к падению уровня тревоги.

Если сильные негативные чувства, человек пережил в определенной ситуации общения, закрепляются, превращаются в хронические, навязчивые, то для их устранения требуются особые специальные психологические приемы или психотерапевтические техники (НЛП, арт-терапия, гештальт-терапия, танцевальная терапия, телесно ориентированная терапия и другие).

ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию

В отчетные документы входят: Документы, выдаваемые туристам. При направлении на маршрут турист получает от турфирмы пакет обязательных, а иногда и дополнительных документов.

К обязательным документам относятся:

- туристская путевка (форма «ТУР1»);
- договор о туристском обслуживании;
- памятка (информационный листок);
- страховой полис.

Дополнительными документами могут быть билеты на транспорт и туристский ваучер.

Туристская путевка – документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта. Таким образом, туристская путевка имеет тройное функциональное назначение: правовое, информационное и финансовое. В путевке указываются наименование тура и его направление, основные услуги, предоставляемые туристу, сроки выполнения тура, цена турпакета и др.

Договор о туристском обслуживании – документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой. Это основной документ для предъявления претензий к турфирме.

Памятка или информационный листок содержит сведения об особенностях тура, мерах безопасности, которые должен предпринять турист на маршруте. В нем также приводятся рекомендации по обмену валюты, посещению предприятий питания, поведению и др.

Страховой полис – документ, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой. В страховом полисе указывается лимит страхового покрытия — сумма, которая будет выплачена туристу или его родственникам в результате наступления страхового события (травмы, заболевания, смерти). Возможно страхование имущественной и материальной ответственности, например страхование на случай утраты багажа, страхование от невыезда по маршруту и др.

При организации индивидуальных туров туристы получают на руки ваучер – документ, подтверждающий факт оплаты услуг. Ваучер служит основанием для обслуживания туристов и взаиморасчетов с турфирмой.

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.

Бизнес-план является объектом интеллектуальной собственности, предметом коммерческой тайны и подлежит соответствующей защите.

Современная экономическая ситуация, связанная с переходом к рыночным отношениям, диктует предприятиям новый подход к внутрифирменному планированию. Планирование необходимо любой организации, которая намеревается предпринимать какое-то действие в будущем. Предприятия вынуждены искать такие формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых решений.

Оптимальным вариантом достижений таких решений является бизнес-план.

Необходимо строго придерживаться мнения, что грамотное управление и планирование являются ключевыми элементами в успешном развитии бизнеса. Даже самая простая бизнес-идея выигрывает от тщательно проведенного планирования. И, хотя, эффективное планирование со всех точек зрения является почти необходимым условием для достижения успеха, оно не является достаточным условием. Многие предприятия, планировавшие свою деятельность, все же потерпели неудачу, поэтому не стоит со слишком большим энтузиазмом подходить к планированию и буквально есть, пить и спать по плану.

1) Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий.

Оформление документов в широком смысле – это соблюдение требований законодательных актов, нормативных документов в процессе составления, подготовки, копирования, согласования, заверения, пересылки документации.

В более узком смысле – расположение реквизитов документа на материальных носителях: бумажном, электронном, в соответствии с действующими правилами.

Грамотное, в соответствии с нормативными требованиями оформление реквизитов документов не только свидетельствует о делопроизводственной культуре, но и гарантирует юридическую силу документа, а также имеет вполне практическое значение – сокращает время на обработку документа и его регистрацию, обеспечивает правильное направление на исполнение, позволяет связаться с непосредственным исполнителем для решения технических вопросов в рабочем порядке и т.п.

Требования, в соответствии с которыми оформляется документ, устанавливаются на федеральном уровне ГОСТом. Это документ нормативно-технического характера, на основе которого каждая организация, ведомство, учреждение разрабатывает свои нормативные акты, касающиеся оформления документации:

- положения о документообороте;
- инструкции;
- правила;
- регламенты.

Требования к оформлению документов по ГОСТу включают в себя в том числе порядка 30 реквизитов, предназначенных для различных целей. Каждый вид документа содержит собственный набор необходимых реквизитов.

Расположение реквизитов по ГОСТу позволяет не только работать с ним быстро и эффективно, без потерь времени, но и экономить полезную площадь на бланке, придать документу качественный внешний вид.

2) Осуществление автоматизированной обработки документов.

В настоящее время, большинство документов, которые вы получаете перед поездкой в турагентствах выдаются в электронном виде.

Правовые условия использования электронного документа определены действующим законодательством: Федеральным законом «Об информации, информатизации и защите информации», Федеральным законом «Об электронной цифровой подписи», Гражданским кодексом Российской Федерации, Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях, Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации, Федеральным законом «О бухгалтерском учете», даже в налоговую теперь отчетность можно отправлять в электронном виде бесплатно.

Современная туристическая фирма не может полноценно функционировать без электронных технологий. Данные технологии помогают решать не только организационные задачи, такие как, использование возможностей локальной сети, мультимедиа, автоматизации процессов в офисе, электронного документооборота, но и очень специфичные, характерные

только для сферы туризма, такие как, использование системы резервирования гостиничных номеров, бронирования авиабилетов.

Сегодня уровень бизнес-процессов в сфере оказания туристических услуг и серьёзная конкуренция делают использование информационных электронных систем просто необходимым. Поэтому электронный документооборот для туристических фирм должен обеспечивать выполнение таких задач как:

- сбор и хранение информации о гостиницах, клиентах и их запросах, предлагаемых турах;
- обновление и редактирование этой информации;
- составление различных документов с учётом этой информации;
- подробное описание туров и номеров в гостиницах;
- расчет стоимости по курсу, учитывая скидки;
- взаимный обмен информацией с другими компьютерными программами;
- контроль проведения оплаты и другие.

При этом информационные системы не только экономят время на составление различных документов, но и уменьшают материальные затраты на оказание конкретных услуг, то есть делают их еще дешевле.

Электронный документооборот для туристических фирм лучше всего использовать на платформе программы 1С и ее конфигурациях. При этом вы существенно облегчите процесс внедрения системы электронного документооборота, улучшите качество итоговой документации, т. к. работа сотрудников будет вестись более упорядоченно.

Повышение эффективности и способствование автоматизированному управлению туристической фирмой, с учётом изменяющихся факторов.

6 Индивидуальное задание

Оформление страховых полисов

Страхование туристов – это страхование, обеспечивающее страховую защиту граждан на время их отдыха. Страхование туристов (медицинское и от несчастного случая) обязательно и осуществляется субъектами туристической деятельности на основании соглашений со страховыми компаниями, которые имеют право на проведение такой деятельности.

Основное содержание этого вида страхования – это компенсация медицинских затрат, которые могут возникнуть в заграничной поездке вследствие внезапного заболевания или несчастного случая. Этой своей стороной страхования граждан, которые выезжают за границу, оно тесно связано со страхованием от несчастного случая (в части возмещения медицинских затрат). Но в отличие от медицинского страхования, возмещению здесь подлежат только те затраты, которые возникают вследствие внезапного заболевания или несчастного случая.

В ООО «Приморское БММТ «Спутник» специалисты предлагают своим клиентам комбинированное страхование – комплексное страховое покрытие по нескольким видам страхования, которое гарантирует единый страховой полис. Туристам в качестве подтверждения приобретения страхового полиса туристу дается документ, представляющий малоформатную книжку, в которой подшиты бланки страхового полиса, правила страхования граждан, рекомендации к правилам и контактные телефоны и адреса представительств страховой компании в разных странах. Бланки страхового полиса содержат в себе следующую информацию: фамилии и имена застрахованных (от 1 до 5 лиц), дату рождения каждого туриста, адрес фактического проживания лица, оплатившего полис, календарное и фактическое количество дней, на которое распространяется страховка, страна и регион пребывания, страховая сумма и взнос. Каждый бланк скрепляется подписями страхователя и представителя страховщика, и заверяются печатью страховой компании.

За дополнительную плату в полис от турфирмы «Приморское БММТ «Спутник» могут быть также включены следующие услуги:

- визит третьего лица в чрезвычайной ситуации;
- досрочное возвращение в страну постоянного проживания;
- эвакуация детей, если вследствие несчастного случая или болезни застрахованного лица несовершеннолетние дети, путешествующие с ним, остались без присмотра;
- содействие во время поездок;
- юридическая помощь (включая внесение залога, предоставление адвоката и т.д.);
- помощь при потере документов.

Иногда, когда турист уже приобрел билеты или путевки, происходит событие, которое нарушает все планы, и поездка отменяется. Чтобы клиент мог вернуть уплаченные деньги при невыезде по уважительным причинам, предлагается еще одна страховая услуга – возмещение расходов, понесенных застрахованным лицом, в случае невозможности совершить оплаченную зарубежную поездку. К причинам невыезда, при которых выплачивается возмещение, относятся следующие события, произошедшие после оплаты поездки:

- смерть застрахованного лица;
- получение травмы или внезапное заболевание, требующее госпитализации или, по мнению врача, препятствующее поездке;
- смерть близкого родственника застрахованного лица;
- судебное разбирательство, в котором застрахованное лицо должно принять участие по решению суда;
- неполучение выездной визы при своевременной подаче на оформление всех требуемых консульским отделом посольств страны временного пребывания документов.

При заключении договора страхования страховая сумма выбирается в соответствии со страной назначения и классифицируется в зависимости от необходимости минимального покрытия [24].

- полис должен быть заполнен на компьютере и напечатан на бланке компании. Полисы, заполненные вручную, не принимаются;
- вместе с полисом необходимо предоставить документ об оплате страхового платежа, указанного в медицинском страховом полисе путешественника.

Если клиент покупает тур в туркомпании, то страховка, как правило, включена в него. Как и большинство турфирм, бюро «Спутник» предлагает базовый пакет, в который страхование включено «по умолчанию». Тем, кто нуждается в дополнительных услугах, стоит отказаться от «встроенного» полиса и получить страховку самостоятельно непосредственно в страховой компании.

Заключение

Сегодня индустрия туризма занимает важное место в экономике большинства стран. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития.

В экономике современной России туризм также занимает важное место. Однако, в российском туризме еще присутствует значительное несоответствие уровня обслуживания и пакета услуг, предлагаемых потребителю, международным требованиям и стандартам. Например, малочисленность гостиничных предприятий и специализированных средств размещения, число которых постоянно уменьшается, слабая профессиональная подготовка работников индустрии туризма. Эти и другие проблемы, в конечном итоге, приводят к утечке капиталов из России.

По результатам анализа развития туристской отрасли в России можно сделать ряд выводов.

Сегодняшнее состояние российской туристической отрасли можно определить как «состояние неустойчивого равновесия». Не секрет, что нынешний туристический бизнес существует как «полутеневой», с нечеткими правилами взаимодействий как между профессиональными участниками туррынка, так и с государством.

Влияние туризма на Россию пока незначительно: оно адекватно вкладу государства в развитие данной отрасли и сдерживается, в основном, отсутствием реальных инвестиций, неразвитой туристской инфраструктурой, низким уровнем гостиничного сервиса, недостаточным количеством гостиничных мест и дефицитом квалифицированных кадров.

Без устойчивых связей между предприятиями гостиничного дела, туризма, предприятий питания и развлечений невозможно грамотное формирование и продажа туристского продукта потребителю.

Оценка качества туристских услуг потребителем достаточно субъективна и зависит от различных факторов: общеэкономических, культурного и общественно–психологического характера, социально-демографических, лично–поведенческих.

На туристское предприятие постоянно оказывается давление со стороны конкурентов, для того чтобы стимулировать и максимизировать прибыль фирме необходимо быть лучше конкурентов и оправдывать ожидания клиентов. Каждой фирме противостоит широкий спектр конкурентов. Соответственно, чтобы поддержать свой имидж и занять достойное место на туррынке, турфирма должна удовлетворять потребности своих клиентов лучше, чем ее конкуренты.

В процессе прохождения практики были приобретены практические навыки самостоятельного определения и анализа потребностей заказчика услуг, а также выбора оптимального турпродукта для различных сегментов потребителей. Совместно с руководителем практики от предприятия ООО «Приморское БММТ “Спутник”» были разработаны и реализованы несколько новых программ туров по Приморскому краю для разных возрастных категорий-туристов со всех регионов России; кроме того, в период прохождения практики была изучена документация по транспортному обеспечению маршрутов, информация по бронированию номеров гостиниц (отелей), страхованию (оформление страховых медицинских полисов компании, страхование на время авиаперелета, типы и категории страховок, покрытие и т.п.). Кроме того, были получены навыки ведения деловых переговоров и переписки с партнерами, клиентами и администрацией предприятий, сотрудничающих с Приморским Бюро туризма «Спутник» (в том числе, с помощью электронной почты, приложения WhatsApp и др.), оформления турпакета (оформление документов, составление программы тура, информационного листка, договора с туристом и т.п.).

ООО «Приморское Бюро «Спутник» является одной из ведущих туристических компаний Приморья. Отличительная черта Приморского «Спутника» - постоянное движение вперед, оно не замыкается в рамках какого-либо одного направления, даже если это направление дает большую прибыль. Девиз компании – высокое качество обслуживания и доступные цены.

Основой успешной работы туркомпании является её высококвалифицированный персонал – все работники являются специалистами в своей области и имеют высшее образование в сфере туризма. Поэтому, на данный момент Бюро туризма «Спутник» занимает достойное место на рынке туризма и пользуется большим спросом на свои услуги у российских и зарубежных туристов [25].

В ходе прохождения производственной практики были рассмотрены такие задачи, как: предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям; оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов; предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов; составление бланков, необходимых для реализации турпродукта; оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; доставка туроператору пакета документов для получения виз; приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности, а также проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Общество с ограниченной ответственностью. Преимущества и недостатки: [сайт]. – URL: <https://www.gosuslugi.ru/> (дата обращения: 13.03.2023).
- 2 Нормативные документы, регулирующие деятельность общества с ограниченной ответственностью: [сайт]. – URL: <https://www.audit-it.ru/terms/> (дата обращения: 13.03.2023).
- 3 Роль туризма в современном мире: [сайт]. – URL: <https://studbooks.net/> (дата обращения: 14.03.2023).
- 4 История БММТ «Спутник»: [сайт]. – URL: <https://sputnik.companу/> (дата обращения: 14.03.2023).
- 5 Организационная структура предприятия. Виды и схемы: [сайт]. – URL: <https://kontur.ru/articles/> (дата обращения: 15.03.2023).
- 6 Социальные сети как инструмент продвижения туристической услуги: [сайт]. – URL: <https://moluch.ru/archive/> (дата обращения: 15.03.2023).
- 7 Федеральный закон от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О техническом регулировании»: [сайт]. – URL: <https://legalacts.ru/doc/> (дата обращения: 16.03.2023).
- 8 Обеспечение безопасности в туризме: [сайт]. – URL: <https://student-servis.ru/> (дата обращения: 17.03.2023).
- 9 Технология и организация туристов на маршруте: [сайт]. – URL: <https://cyberpedia.su/> (дата обращения: 18.03.2023).
- 10 Анализ основных направлений сопровождения туристов в транспортных турах: [сайт]. – URL: <https://studopedia.ru/> (дата обращения: 19.03.2023).
- 11 Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования: [сайт]. – URL: <https://ohranatruda.ru/> (дата обращения: 19.03.2023).
- 12 Информация об оказываемых услугах по реализации туристского продукта: [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru/document/> (дата обращения: 20.03.2023).
- 13 Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению туристского продукта: [сайт]. – URL: <https://studwood.net/> (дата обращения: 20.03.2023).
- 14 Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу: [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/> (дата обращения: 20.03.2023).
- 15 Расчет элементов турпакета: [сайт]. – URL: <https://studme.org/> (дата обращения: 21.03.2023).
- 16 Документооборот в туризме: [сайт]. – URL: <https://www.klerk.ru/buh/> (дата обращения: 21.03.2023).

17 Оформление отчетной документации о туристической поездке. Общие правила оформления маршрутной (заявочной) книжки похода и отчет о проведении спортивного похода: [сайт]. – URL: <https://studwood.net/> (дата обращения: 22.03.2023).

18 Анализ деятельности организации в области оформления виз: [сайт]. – URL: <https://studbooks.net/> (дата обращения: 22.03.2023).

19 Маркетинговые исследования в туризме: [сайт]. – URL: <https://studref.com/> (дата обращения: 23.03.2023).

20 Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению туристского продукта: [сайт]. – URL <https://studwood.net/> (дата обращения: 23.03.2023).

21 Порядок предоставления турагенту информации о туре. Рекламные туры: [сайт]. – URL: <https://studopedia.ru/> (дата обращения: 24.03.2023).

22 Расчет себестоимости туристского продукта: [сайт]. – URL: <https://studopedia.ru/> (дата обращения: 24.03.2023).

23 Должностная инструкция менеджера по туризму: [сайт]. – URL: <https://assistentus.ru/>(дата обращения: 25.03.2023).

24 Оценка качества туристского обслуживания: [сайт]. – URL: <https://studbooks.net/> (дата обращения: 25.03.2023).

25 Состояние туризма в России: [сайт]. – URL: <https://studbooks.net/> (дата обращения: 26.03.2023).

Приложение А

Схема проезда к ООО «Приморское БММТ «СПУТНИК»

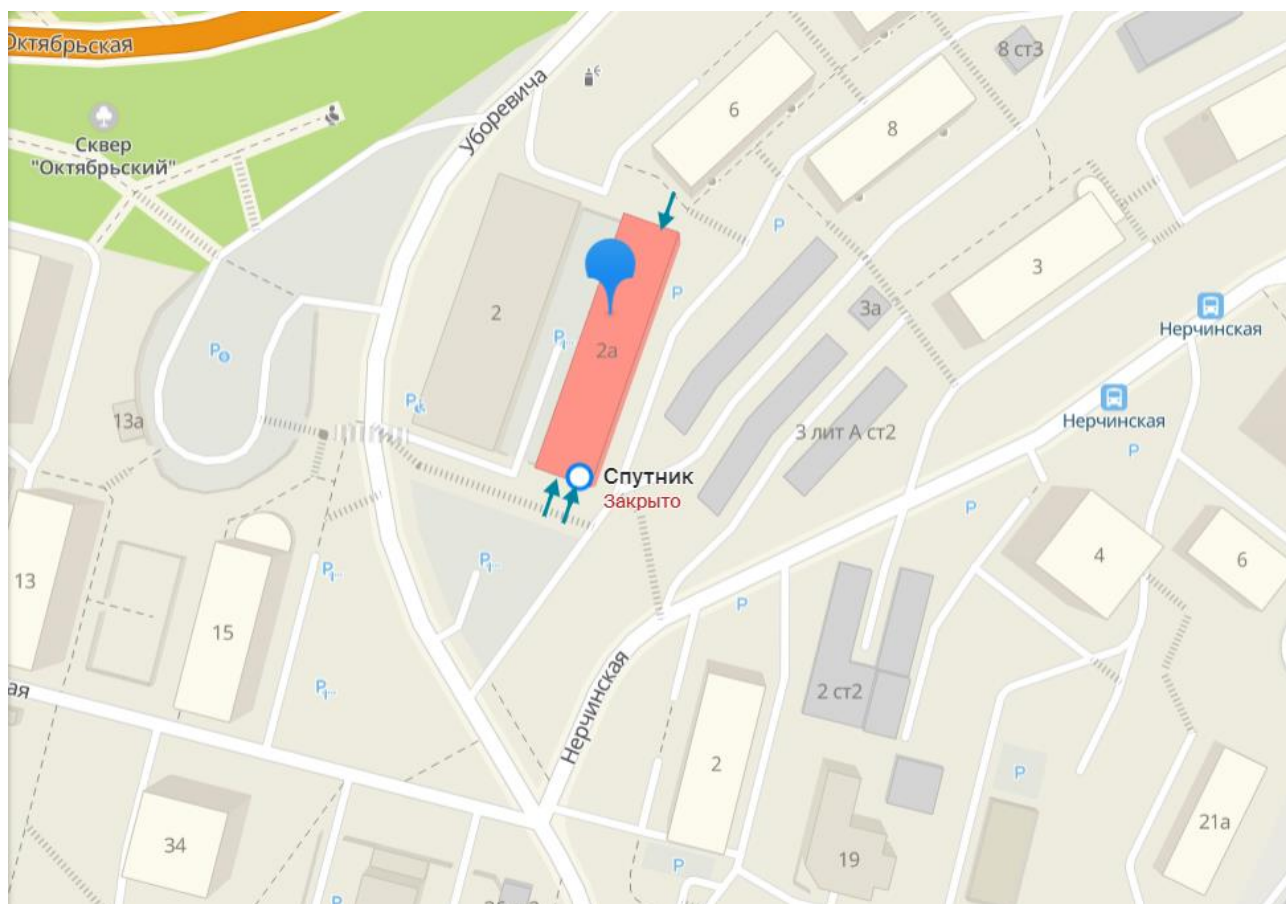


Рисунок А.1 – Схема проезда к ООО «Приморское БММТ СПУТНИК»

Приложение Б

Заявка на бронирование

Приложение N 1
к Договору № 009___
от «_» _____ 2023 г.

Заявка на бронирование

«___» _____ 2023г.

1. Сведения о Туристе:

(На русском и/или на английском языках)

Фамилия, имя, отчество (при наличии)	Пол (муж., жен.)	Дата рождения	Данные документа, удостоверяющего личность
Итого:			

2. Информация о потребительских свойствах туристского продукта

2.1. Программа пребывания, маршрут и условия путешествия:

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

2.2. Средство размещения:

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

2.2.1. Особенности средства размещения, если предусмотрены:

2.3. Условия проживания

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

2.4. Информация об услугах перевозки:

2.4.1. Для регулярных рейсов:

Маршрут	Класс обслуживания	Номер рейса	Дата/время	Примечание

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

Фамилия, имя, отчество (при наличии) Туриста	Маршрут перевозки	Тип трансфера (при наличии) Р306	Категория транспорта/вид транспорта

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

<u>Согласно программе тура.(Приложение №3)</u>

2.7. Визовое оформление:

Фамилия, имя, отчество (при наличии) Туриста	Да/Нет

2.8. Иные дополнительные услуги:

Наименование услуги	Характеристики услуги:

3. Общая цена Туристского продукта в рублях:

Общая цена:

Сумма цифрами

Сумма прописью:

4. Сведения о договоре добровольного страхования в пользу Туриста

Заказчик подтверждает, что ему предоставлены все документы, указанные в тексте договора о реализации туристского продукта и приложениях к нему.

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

Заказчик:

ФИО _____ (подпись)

Турагент:

Рисунок Б.1 – Заявка на бронирование

Индивидуальное задание по производственной практике

Студентка Дьячкова Ирина Евгеньевна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм, прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 180 часов с «13» марта 2023 г. по «15» апреля 2023 г. в организации ООО «Приморское Бюро международного молодежного туризма «Спутник», 690106, Приморский край, г. Владивосток, Партизанский пр-т, д.2 а.

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

№ n/n	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	Осуществление маркетинговых исследований	7
3	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	8
4	Распространение рекламных материалов и сбор информации	8
5	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	8
6	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	8
7	Составление турпакета с использованием иностранного языка	8
8	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан	8
9	Оформление страховых полисов	8
10	Работа с заявками на бронирование турпродукта Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	8
11	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран	8
12	Работа с запросами клиентов Работа с агентскими договорами Консультирование партнеров по турпродуктам	8
13	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных	8
14	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг Контроль наличия туристов	8
15	Построение управленческой деятельности Организация работы функциональных служб	8
16	Принятие управленческого решения Управление персоналом функциональных служб	8
17	Организация управленческих команд Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
18	Управление групповыми явлениями и процессами Разработка должностных инструкций	8

19	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	8
	Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике	
20	Ведение деловой документации	8
	Работать и организовывать работу с офисной техникой	
21	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий	8
	Осуществление хранения и поиска документов	
22	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	8
	Осуществление автоматизированной обработки документов	
23	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «13» марта 2023 г.

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

Подпись руководителя практики

 / Тен Ж.А., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Дьячкова Ирина Евгеньевна, обучающаяся на 3 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику (по профилю специальности) в объеме 180 часов в с «13» марта 2023 г. по «15» апреля 2023 г. в организации ООО «Приморское Бюро международного молодежного туризма «Спутник», 690106, Приморский край, г. Владивосток, Партизанский пр-т, д.2 а.
В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Ведение документооборота с использованием информационных технологий. Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан.	<i>хорошо</i>
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний. Распространение рекламных материалов и сбор информации. Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран.	<i>отлично</i>
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Составление турпакета с использованием иностранного языка. Работа с заявками на бронирование турпродукта. Консультирование партнеров по турпродуктам. Предоставление информации турагентам по рекламным турам.	<i>отлично</i>

	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Оформление страховых полисов. Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта. Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	<i>Хорошо</i>
Итоговая оценка по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг			<i>Отлично</i>
Управление функциональным подразделением организации	ПК 4.1 Планировать деятельность подразделения	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Построение управленческой деятельности. Организация работы функциональных служб. Управление групповыми явлениями и процессами. Разработка должностных инструкций.	<i>Отлично</i>
	ПК 4.2 Организовывать и контролировать деятельность подчиненных	Контроль наличия туристов. Принятие управленческого решения. Управление персоналом функциональных служб. Организация управленческих команд. Саморегуляция эмоциональных состояний управленческой деятельности. в Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний управленческой деятельности. в Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике.	<i>Хорошо</i>
	ПК 4.3 Оформлять отчетно-планирующую документацию	Ведение деловой документации. Работать и организовывать работу с	<i>Отлично</i>

		офисной техникой. Оформление и проверка правильности оформления документации В соответствии С установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий. Осуществление хранения и поиска документов. Использование комплекса телекоммуникационных технологий В электронном документообороте. Осуществление автоматизированной обработки документов.	
Итоговая оценка по ПМ. 04 Управление функциональным подразделением организации			<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 15 апреля 2023 г.

Оценка за практику *Отлично*

Руководитель практики от предприятия



Смирнова А.А.
Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студент Дьячкова Ирина Евгеньевна

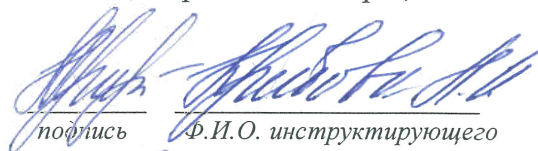
Специальность/профессия 43.02.10 Туризм, специалист по туризму



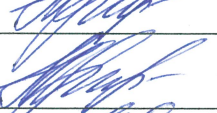
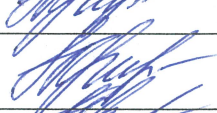
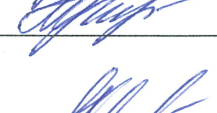


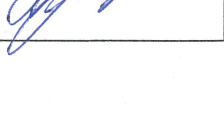

Группа СО-ТУ-20-1

Место прохождения практики ООО «Приморское Бюро международного молодежного туризма «Спутник», 690106, Приморский край, г. Владивосток, Партизанский пр-г, д.2 а.

Сроки прохождения с «13.03.2023» по «15.04.2023»

Инструктаж на рабочем месте «13» марта 2023 г
дата


 подпись _____
 Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
13.03.2023	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	отм.	
14.03.2023	Осуществление маркетинговых исследований	отм.	
15.03.2023	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	хр.	
16.03.2023	Распространение рекламных материалов и сбор информации	хр.	
17.03.2023	Ведение документооборота с использованием информационных технологий	отм.	
18.03.2023	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	отм.	
20.03.2023	Составление турпакета с использованием иностранного языка	хр.	
21.03.2023	Оформление документов для консульств, оформление регистрации иностранных граждан	хр.	
22.03.2023	Оформление страховых полисов	хр.	
23.03.2023	Работа с заявками на бронирование турпродукта	отм.	
	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	отм.	
24.03.2023	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран	хр.	
	Работа с запросами клиентов	отм.	
	Работа с агентскими договорами	отм.	
25.03.2023	Консультирование партнеров по турпродуктам	хр.	
	Предоставление информации турагентам по рекламным турам	отм.	
	Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных	отм.	

27.03.2023	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг	отм.	
	Контроль наличия туристов	отм.	
28.03.2023	Построение управленческой деятельности	зас.	
	Организация работы функциональных служб	зас.	
29.03.2023	Принятие управленческого решения	зас.	
30.03.2023	Управление персоналом функциональных служб	зас.	
31.03.2023	Организация управленческих команд	зас.	
01.04.2023	Саморегуляция эмоциональных состояний в управленческой деятельности.	отм.	
03.04.2023	Управление групповыми явлениями и процессами	отм.	
04.04.2023	Разработка должностных инструкций	зас.	
05.04.2023	Применение способов саморегуляции эмоциональных состояний в управленческой деятельности	зас.	
06.04.2023	Применение методов оценки исполнительской деятельности на практике	отм.	
07.04.2023-	Ведение деловой документации	отм.	
08.04.2023	Работать и организовывать работу с офисной техникой	отм.	
10.04.2023	Оформление и проверка правильности оформления документации в соответствии с установленными требованиями, в том числе с использованием информационных технологий	отм.	
11.04.2023	Осуществление хранения и поиска документов	отм.	
12.04.2023	Использование комплекса телекоммуникационных технологий в электронном документообороте	отм.	
	Осуществление автоматизированной обработки документов	отм.	
13.04.2023-	Обобщение полученных материалов.	отм.	
14.04.2023	Оформление отчёта практики. Защита отчета.		
15.04.2023	Дифференцированный зачет	зас.	

Руководитель



подпись

Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента Дьячковой Ирины Евгеньевны
группы СО-ТУ-20-1 при прохождении производственной
(по профилю специальности) 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	<i>Высокий</i>
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	<i>Высокий</i>
ОК 3	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 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	<i>Высокий</i>
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	<i>Высокий</i>
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	<i>Высокий</i>
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	<i>Высокий</i>
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	<i>Высокий</i>
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	<i>Высокий</i>
ПК 3.1	Оформлять отчетную документацию о туристской	Ведение документооборота с использованием	

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

Руководитель практики (от организации)



подпись

Ананий А.А.
(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)

М.П.



Общество с ограниченной ответственностью
«ПРИМОРСКОЕ БЮРО МЕЖДУНАРОДНОГО МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА
«СПУТНИК»

690106, г. Владивосток, Партизанский проспект, 2а

тел. (4232) 42-35-39, 42-35-56, +79247215827

E-mail: office@sputnikvl.ru

www.sputnikvl.ru

Характеристика

Дана Дьячковой Ирине Евгеньевне, студентке третьего курса Академического колледжа ВВГУ.

За время прохождения производственной практики с 13.03.2023 по 15.04.2023 в туристской компании ООО «Приморское БММТ «Спутник», расположенной по адресу: г. Владивосток, Партизанский просп., 2А, студентка Дьячкова Ирина Евгеньевна зарекомендовала себя с положительной стороны – выполняла все порученные задания в срок, проявила хорошие теоретические и практические знания в сфере туризма и работы с клиентами. Основной задачей её практической работы стало ознакомление с основными особенностями работы в ООО «Приморское БММТ «Спутник».

Студентка проявила себя как ответственный, инициативный и дисциплинированный работник. Обладает необходимыми знаниями в своей области, показала хороший теоретический и практический уровни подготовки в сферах туроператорской и турагентской деятельности, а также технологии и организации сопровождения туристов. К критике относится конструктивно, не теряет в стрессовых ситуациях.

За период практики приобрела следующие компетенции:

- продвижение турпродукта с помощью различных социальных медиа (Telegram, VK, FarPost, Одноклассники; развитие и продвижение официального сайта турфирмы);
- работа с документацией и форматирование документов в MSWord;
- работа с оргтехникой (использование сканера, дырокола, шредера и персонального компьютера);
- уничтожение архивной документации турфирмы и составление акта;
- взаимодействие с иными предприятиями (предприятия размещения, питания, развлечений);
- оформление программ экскурсионных туров на оригинальном бланке турфирмы;
- разработка и создание буклетов/брошюр.

В целом студентка показала умение работать в сфере туризма, использовать в своей работе информационные технологии и навыки делового общения.

Оценка руководителя от практики – «отлично».

Директор

ООО «Приморское БММТ «Спутник»

Н.И. Кривова



М.П.

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Дьячкова Ирина Евгеньевна

Подразделение Академический колледж Группы СО-ТУ-20-1

согласно приказу ректора № 1662 -с от 10.03.2023 года

направляется в ООО "Приморское Бюро международного туризма "Спутник", г.
Владивосток

для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 5 недель с 13.03.2023 года по 15.04.2023 года.

Руководитель практики Тен Ж.А.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
	