

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

ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
по профессиональному модулю
ПМ.01 Предоставление турагентских услуг
ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов
ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг
программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм

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

Студент группы С-ТУ-22-1



Коткова Д.В.

Наименование предприятия: АО «Приморское агентство авиационных компаний»
г. Владивосток

Руководитель практики от предприятия



Ибрагимова О.Н.

Отчет защищен:

с оценкой



Руководитель практики от ООО



Ткаченко Е.В.

Владивосток 2023

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	5
1.1 История создания и развития предприятия	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»	7
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	9
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	11
1.5 Перспективы развития предприятия.....	12
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия.....	15
2.1 Анализ деятельности предприятия	15
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия....	17
2.3 Информационные технологии предприятия АО «ПААК»	19
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	21
4 Система обеспечения безопасности АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	23
5 Технология формирования профессиональных компетенций	24
6 Индивидуальное задание	52
Заключение	54
Список использованных источников	56
Приложение А Сайт «Билетур» г.Владивосток	57
Приложение Б Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний», г.Владивосток.....	58

Введение

Туризм представляет собой временные выезды или путешествия людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Туризм и путешествия являются неотъемлемой частью индустрии гостеприимства. Путешествия – главная тема туризма. Различия во времени, расстояниях, местах проживания, целях и продолжительности пребывания – лишь отличительные элементы туризма. В целом, туризм является многоцелевым феноменом, который одновременно сочетает в себе элементы приключений, романтику дальних странствий, определенную тайн, посещение экзотических мест и, одновременно, земные заботы предпринимательства, вопрос здоровья, личной безопасности и сохранности имущества.

Туризм является одной из ведущих и наиболее развивающихся отраслей экономики и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом столетия. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свой кругозор, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Реализация туристского бизнеса в условиях рынка может быть осуществлена при наличии четырёх основных составляющих: капитала, технологии, кадров, рекреационных ресурсов. Это означает, что, недостаточно имея капитал, приобрести кадры, технологию и заниматься туризмом. Для этого необходимо выбрать место, где имеются рекреационные ресурсы, а если такого места нет, то создать его. Это одна из специфических особенностей туристского бизнеса в условиях рынка. Так как четвёртая составляющая – рекреационные ресурсы – является наиболее дешёвой, то в целом это определяет высокую рентабельность туристского бизнеса. Если туризм связан с созданием туристского ресурса, то себестоимость туристского продукта резко возрастает.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, активизации внешнеторгового баланса, создания дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения, оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, производство

товаров народного потребления, т.е. выступает своеобразным стабилизатором социально – экономического развития.

Чтобы преуспеть в туристском бизнесе необходимо хорошее знание международных правовых норм и правил, практики туристского менеджмента и маркетинга, прежде всего, требуется профессиональная, основанная на потребностях потребителя туристских услуг организация производства и реализации туристского продукта, нужна полная и всесторонняя информированность производителя туристских услуг относительно всего того, что касается клиента, как потребителя этих самых услуг.

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

В ходе данных компетенций в период с 28.11.2023 по 25.12.2023 необходимо научиться:

- 1) Предоставлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- 2) Составлять бланки, необходимые для реализации турпродукта;
- 3) Проводить проверку документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут;
- 4) Проводить анализа деятельности других туркомпаний;
- 5) Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- 6) Предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов.

В качестве примера для исследования была выбрана туристская фирма АО «Приморское агентство авиационных компаний», г. Владивосток.

1 Общие сведения о деятельности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний».

1.1 История создания и развития предприятия

Название компании: АО «Приморское Агентство Авиационных Компаний». Место нахождения: Приморский край, г. Владивосток, улица Тигровая 20а. Часы работы: понедельник-суббота 09:00-19:00; воскресенье 09:00-18:00. Телефон: +7 (423) 240-77-00. (Приложение А).

История Владивостокского аэроагентства началась летом 1948 года, когда во Владивостоке открылась первая касса Аэрофлота по адресу Пограничная, 7. Это было помещение железнодорожных касс по предварительной продаже билетов.

Еще до революции экономические и стратегические интересы России на дальневосточных рубежах требовали создания транспортной системы, которая за короткое время, по сравнению с железнодорожным, морским и автомобильным транспортом могла бы перемещать людей из одной части страны в другую. Решить эту проблему смогла бы только авиация.

Первым начальником касс агентства Аэрофлота и одновременно кассиром была Синегуб Людмила Петровна, первыми кассирами – Леурда Светлана Семеновна, Дудкина Нина Викторовна и Петрунина Анна Мартыновна. Учитывая первоочередную потребность в расширении, руководство Аэрофлота осенью 1963 года открыло кассы Аэрофлота на Посьетской, 17. В январе 1964 года работу агентства Аэрофлота возглавила Гришина Галина Антоновна, оставившая яркий след в истории развития агентства благодаря своим деловым и организаторским способностям.

Стремительный рост спроса на авиабилеты опережал технические возможности аэроагентства. В те годы билеты оформлялись вручную. Для того, чтобы правильно рассчитать стоимость авиабилета по сложному маршруту, кассиру надо было не только отлично знать географию, но и прекрасно ориентироваться в ценах по тарифной сетке (авиа, ж/д, авто транспорта). В 1974 году, благодаря Гришиной Г.А., Владивосток вошел в число первых двадцати городов, внедривших у себя пульт–манипулятор автоматизированной системы продажи билетов «Сирена-1». С его помощью можно было брать места на рейсы, вылетающие из Москвы. Время передачи сообщений составляло 25 секунд. С 1976 года с помощью арендованных телефонных каналов была установлена связь с Уссурийском, Находкой и аэропортом. Это позволило 35 абонентам связываться с диспетчерами группы комплектования рейсов в ручном режиме. В 1988 году Владивосток стал открытым городом. Люди стали больше летать, и не только внутри страны, но и за ее пределы. Чтобы продавать билеты на международные рейсы в 1990 году была введена

система "Габриэль". С 1989 по 1990 год обязанности начальника агентства исполняла Сергиенко Анна Григорьевна.

Начало перестройки. После политических и социальных перемен в нашем обществе начались значительные изменения и в экономической сфере. С появлением новых форм собственности Аэрофлот перестал быть монополистом на отечественном рынке авиаперевозок. С июня 1990 года агентство возглавил Бычков Александр Владимирович. Это был период повального ажиотажа на билеты. Люди занимали очередь с вечера у здания аэрокасс на ул. Посьетской, жгли костры, возле которых проверялись списки очередников.

Сегодня в какие-то секунды агент по продаже авиабилетов может связаться с любой авиакомпанией мира и заказать билет клиенту в любую страну и в любое удобное для него время. В России около 400 авиакомпаний. В агентстве в условиях клиенту предоставят информацию по всем авиакомпаниям и подберут наиболее выгодный маршрут и тариф. Продажа авиабилетов в агентстве организована, как на внутренних авиалиниях, так и на международных.

Из Владивостока напрямую ходили рейсы до Ниигаты, Тоямы, Осаки, Шанхая, Сеула, Пусана, Харбина, причем совершаемые как отечественными, так и зарубежными компаниями. Билет здесь можно было купить в любую точку мира: в страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока и другие. Перемены в стране заставили руководство агентства пойти на самостоятельность.

Раньше агентство являлось структурным подразделением Владивосток–Авиа. В июне 1995 года "Приморское агентство авиационных компаний" акционировалось. 6 июня состоялось первое собрание учредителей ОАО «Приморское аэроагентство», 19 июня 1995 года предприятие было зарегистрировано как юридическое лицо, а 1 июля 1995 года стал первым днем самостоятельной работы акционерного общества. С этого момента начался бурный рост компании. В июле 1995 году предприятие вошло в ТКП – транспортно-клиринговую палату, куда входят более 300 авиакомпаний России. В сентябре 1996 года «Приморское аэроагентство» получило статус аккредитованного агентства в Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) со штаб-квартирой в Монреале. Ее состав насчитывает 200 авиакомпаний и 7200 агентств, действующих во многих странах мира. Совместное сотрудничество – гарант четкого взаимодействия агентств, перевозчиков и аэропортов. 9 апреля 1997 года ОАО "Приморское агентство авиационных компаний" получило лицензию на международную туристскую деятельность, а уже через 2 месяца появились первые клиенты: школьники поехали отдыхать в Америку. Причинами открытия туристского департамента явились:

возможность предоставления полного пакета услуг (бронирование авиабилетов и гостиниц в любой точке мира, визовая поддержка, трансферы, экскурсионное обслуживание) как выезжающим за рубеж гражданам, так и иностранным гражданам, прибывающим в РФ; необходимость повышения уровня обслуживания пассажиров. В настоящее время успешно функционируют несколько филиалов туристического департамента в нескольких городах Приморья, в Хабаровске, Москве, Санкт–Петербурге, Биробиджане, на Камчатке и Сахалине.

Аналитики предсказывают «Приморскому агентству авиационных компаний» блестящие перспективы. Эта уверенность основывается на грандиозных успехах, достигнутых за несколько последних лет под руководством генерального директора – Заслуженного Работника Транспорта России – А.В. Бычкова. Одно из перспективных направлений работы Приморского агентства авиационных компаний – туризм.

«Приморское агентство авиационных компаний» является членом следующих организаций: Российского Союза туриндустрии, членом JATA (Японская туристическая ассоциация). Более чем 50-летний опыт работы «Приморского агентства авиационных компаний» нельзя измерить только коммерческим успехом. Одно из главных достижений этой компании – глубокое уважение, доверие и престиж людей – капитал, которым сегодня обладают очень немногие.

1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний»

«Приморское агентство авиационных компаний» – акционерное общество. Акционерным обществом в свою очередь является хозяйственное общество (корпорация), уставный капитал которого разделён на определённое число акций. Участники акционерного общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (ограниченная ответственность). Владение акциями легко передается другим лицам, особенно с помощью фондового рынка, упрощающего перевод капиталов из одной сферы бизнеса в другую.

К особенностям акционерного общества относится следующее:

- риски распределены;
- эффективный способ в организации управления;
- участие акционеров в управлении общества;
- право акционеров на получение дивидендов.

Юридические признаки акционерного общества:

Как следует из нормативных актов, которые регулируют деятельность акционерного общества, к юридическим признакам акционерного общества можно отнести следующие характеристики:

- у акционерного общества есть уставный капитал, который разделен на акции.
- акционерное общество является коммерческим юридическим лицом.

Цель акционерного общества заключается в получении прибыли.

- акционерное общество имеет имущество, обособленное от акционеров.
- акционерное общество заключает договоры и осуществляет другие действия от своего имени.

Учредители акционерного общества

- учредителями акционерного общества могут быть физические и юридические лица.
- не могут быть учредителями акционерного общества государственные органы и органы местного самоуправления.

Устав акционерного общества

Учредительным документом акционерного общества является устав.

Устав – это документ, который позволяет предприятию осуществлять профессиональную деятельность.

Устав акционерного общества содержит следующую обязательную информацию:

- фирменные названия акционерного общества (полное и сокращенное названия);
- местоположение (адрес) акционерного общества;
- тип акционерного общества (открытое или закрытое акционерное общество);
- данные об акциях компании и правах акционеров;
- размер уставного капитала акционерного общества;
- структура органов управления акционерного общества и порядок принятия ими решений;
- информация по общему собранию акционеров акционерного общества;
- другие положения, которые предусмотрены действующим законодательством.

Документы туристской фирмы «Приморское агентство авиационных компаний» можно разделить на три большие группы: документы, выдаваемые туристам; учредительные документы; документы, относящиеся к разработке туров.

Учредительным документом АО «Приморское агентство авиационных компаний», которое характеризуется неограниченным числом участников в нем, является устав. Об этом говорит ст. 11 ГК РФ, №208–ФЗ. Учредительные документы АО «Приморское агентство авиационных компаний»:

- свидетельство ОГРН;
- выписка из ЕГРЮЛ;
- свидетельство ИНН АО «Приморское агентство авиационных компаний»;
- карточка предприятия;
- информация о цепочке собственников;
- устав АО «Приморское агентство авиационных компаний»;

Основным документом, определяющим деятельность АО «Приморское агентство авиационных компаний», является его устав, зарегистрированный надлежащим образом.

В любом из офисов продаж клиенты могут получить полный комплекс услуг, а именно: оформление авиабилетов и туров, продажа авиа и ж/д билетов, оформление виз и прочих услуг.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура предприятия – это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работающие в ее рамках люди могли наиболее эффективно добиться поставленной перед ними цели. Организационная структура отражает взаимоотношения между руководящим составом и рабочим персоналом, дает четкое представление, кто на предприятии отвечает за принятие управленческих решений.

В штате турфирмы «Билетур» работают:

Директор фирмы. К основным обязанностям относятся: организация и обеспечение эффективной работы фирмы; осуществление контроля за качеством обслуживания клиентов обеспечение ведения своевременного представления отчетности по хозяйственно-финансовой деятельности; решение вопросов в пределах предоставленных ему прав.

Заместитель директора. Обязанности заместителя директора включают: осуществление тактического и оперативного планирования работы; распределение обязанностей; проведение текущего контроля над выполнением задач, управление подчиненным персоналом. Замещение функций директора во время его отсутствия. Управление маркетинговыми процессами, рекламной деятельностью, стимулированием сбыта.

Бухгалтерия. Она отвечает за ведение первичного бухгалтерского учета; начисление заработной платы, выплат по гражданским договорам; ведение налогового и управленческого учета; минимизация налоговых выплат. Специалист по бухгалтерскому учету должен владеть нормативной базы, знать отраслевое законодательство и постоянно повышать квалификацию.

Офис продаж.

К функциям отдела продаж относятся:

- работа с клиентами;
- прием заявок у клиентов;
- проработка плана индивидуального тура;
- связь с операторами и средствами размещения;
- бронирование туров;
- оформление виз, страховок.

Менеджеры анализируют мотивацию спроса на реализуемые туристские продукты, организуют изучение потребностей туристов. Ведут переговоры с туроператорами, согласовывают основные условия договоров на предоставление услуг, готовят проекты договоров и обеспечивают их заключение. Схема организационной структуры АО «ПААК» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – организационная структура предприятия АО «ПААК»

Турфирма «Приморское агентство авиационных компаний» активно использует компьютерные технологии, которое значительно ускоряет все расчеты и формирование документов. Компьютеры всех сотрудников имеют подключение к Интернету.

Управленческая структура АО «Приморское агентство авиационных компаний» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственные, современные офисы, оснащенные необходимым техническим оборудованием.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Основные виды деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний»: продажа билетов и туристские услуги. Агентство работает на рынке продажи авиабилетов с 1948 года и с 1995 года – в секторе туристических услуг. АО "Приморское агентство авиационных компаний" является членом следующих организаций:

- Российский Союз туриндустрии;
- JATA (Японская туристическая ассоциация);
- IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта) – с сентября 1996года;
- ААВТ (Ассоциация агентств воздушного транспорта);
- ТКП (Транспортно Клиринговая Палата).

Виды услуг, предлагаемые предприятием:

Туристические услуги

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- туроператор по Испании, Италии. Всероссийская сеть БИЛЕТУР аккредитована в генеральных консульствах этих стран, что позволяет оформлять визы в короткие сроки и по привлекательной цене;
- туроператор по Юго–Восточной Азии (Китай, Южная Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Филиппины, Индия, Индонезия, Малайзия и многие другие страны);
- туроператор на Камчатке (экологические туры, сплав, рыбалка, охота, восхождения);
- туроператор в Приморье (исторические, природные туры);
- организация чартерных рейсов;
- визовая поддержка;
- аренда такси;
- доставка пассажиров из/в аэропортов по России и за рубежом;
- бронирование гостиниц в городах России и за рубежом;
- аренда вертолета;
- аренда катеров, яхт;
- аренда автобусов и микроавтобусов (Владивосток и Приморье).

Продажа АВИА и Ж/Д билетов:

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- подбор оптимального маршрута и тарифа при покупке авиабилета;

– бронирование и продажа авиабилетов в любую страну мира на рейсы любых авиакомпаний.

Предоставляются все скидки и льготы авиакомпаний:

- транзитные перевозки через Сеул, Харбин, города России, страны СНГ, Азии;
- корпоративное обслуживание организаций;
- оформление групповых перевозок;
- продажа железнодорожных билетов;
- единая справочная служба;
- единая служба бронирования авиабилетов;
- возможность возврата, обмена, получения авиационных и железнодорожных билетов, оплаченных в кассе Агентства, в городах: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;
- заказ билетов по телефону и в Интернете;
- доставка авиабилетов по организациям;
- продажа билетов в кредит;
- возможна любая форма оплаты. Принимаем кредитные карты.

Дополнительные услуги:

- услуги бизнес-центров в филиалах агентства в городах Владивосток, Уссурийск, Петропавловск-Камчатский: полноцветные копировально-множительные новейшем оборудовании. Ламинирование. Переплет. Компьютерные работы любой сложности. Международный таксофон, услуги Internet, электронная почта, факс;
- предоставляют в аренду оборудование для проведения семинаров, презентаций, тренингов во Владивостоке: мультимедийный проектор и экран на штативе.

1.5 Перспективы развития предприятия

На данный момент на туристическом рынке Приморского края существует более 180 туристских фирм, существенно усилилась борьба за клиентов. Поэтому конкурентное преимущество получают те туристские фирмы, которые эффективнее используют внутренние ресурсы. Ежегодно сотрудники турагентства сами прокладывают маршруты с полной информацией о странах, курортах, отелях и экскурсиях.

«Билетур» прогрессивная компания с каждым годом, у которой увеличивается клиентооборот. За эти годы компания «Билетур» приобрела немало постоянных клиентов и партнеров, многие выбирают именно данную турфирму, прежде всего потому, что её отличает надежность, высокое качество работы и уважение к клиентам. Компания

«Билетур» постоянно наблюдает за своими клиентами и старается улучшить свои возможности в обслуживании. Туристы сами, когда им предоставляется возможность, готовы рассказать, что именно в обслуживании их удовлетворяет, а что требует улучшения, что они ожидают от туристической компании. Для этих целей на сайте компании имеется раздел для отзывов и предложений. Очень важно для ориентированных на маркетинг руководителей научиться слушать своих клиентов и поступать так, как они рекомендуют. Много новых идей в улучшении обслуживания и комфорта, если вдуматься, предложено самими туристами. Филиалы компании присутствуют по всей стране:

- Хабаровский край;
- Камчатский край;
- Сахалинская область;
- Красноярский край;
- Центральная Россия;
- Амурская область;
- Еврейская Автономная область;
- Приморский край.

АО «Приморское агентство авиационных компаний» активно занимается развитием Приморского края. Исследования показывают, что основой развития туризма на территориальном уровне являются два ключевых фактора: туристская инфраструктура, события, привлекающие туристов [1].

В настоящее время в регионе определен ключевой перечень событийных деловых развлекательных мероприятий, проводятся различные мероприятия в области культуры, организуются спортивные мероприятия, в том числе и международного уровня.

В целом, возможность развития внутреннего и въездного туризма в Приморском крае обусловлена следующими факторами:

- близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона полевым потребителям туристских ресурсов в пределах 2-3 часовой доступности: развитием Приморского края как крупного логистического центра внутренних и внешних пассажиропотоков;
- близостью потребителей туристских услуг, проживающих на территории ДФО;
- развитием г. Владивостока как центра деловой активности всего ДФО;
- наличием разнообразного природно-рекреационного потенциала, богатого культурно-исторического наследия; сложившихся исторических связей с народами, населяющими страны АТР, обладающих высокой степенью привлекательности для иностранных туристов;

– наличием высших образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Важным фактором формирования современного туристско–рекреационного комплекса в Приморском крае является внесение поправки в Федеральный закон 184–ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» (в ред. Федерального закона от 15.11.2010 №296–ФЗ), касающийся «создания благоприятных условий для развития туризма в субъекте Российской Федерации».

Ускоренное развитие межрегиональных туристских возможностей и повышение качества услуг обеспечиваются территориальной концентрацией приоритетных проектов федерального и регионального характеров, строительством объектов транспортной, образовательной, научной, культурной, гостиничной инфраструктуры к Саммиту АТЭС в соответствии с реализацией краевой целевой программы «Развитие г. Владивостока как центра международного сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе на 2008–2011 годы, принятой Законом Приморского края от 17.03.2008 №226–КЗ.

Развитие всех туристских направлений деятельности турфирмы «Приморское агентство авиационных компаний» осуществляется в достаточно сложных условиях, поскольку для предпринимательской деятельности в области туризма в последние годы характерна очень высокая степень конкуренции. Тем не менее, турфирма смогла занять собственную нишу на рынке туристской индустрии города Владивостока, сформировать пока не слишком большую, но все же собственную клиентскую базу, в которую входят как индивидуальные, так и корпоративные клиенты.

2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия

2.1 Анализ деятельности предприятия

Анализ микросреды.

Рынки – турфирма предоставляет свои услуги на территориях Москва, Санкт-Петербург, Воронеж, Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск–Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;

Потребители – отдельные лица и домохозяйства, больницы, детские учреждения, государственные организации.

Конкуренты – это турфирма «АнексТур», ТСЖ «ЧАЕЧКА», ООО «ГОССТРОЙ», ООО «ДИАМ-ДВ», ООО ФИРМА «БЕСТ».

Каналы сбыта – нулевой канал сбыта, так как продают непосредственно менеджеры по продажам туров.

Поставщики:

– фирма предлагает туры являющихся старыми и надежными партнерами фирмы.

Контактные аудитории:

– общественность, компании.

Выявление сильных, слабых сторон, возможностей и угроз фирмы

Сильные стороны:

- наличие необходимых финансовых ресурсов;
- высокий профессионализм сотрудников по продажам туров;
- широкий спектр предоставляемых туров;
- гибкая ценовая политика;

Слабые стороны:

- отсутствие четкой стратегии;
- неэффективная реклама;
- влияние фактора сезонности на прибыль;
- низкая эффективность перехода на новые туры.

Возможности:

- возможность снижения цены;
- ослабление позиций конкурентов;
- возможность расширения деятельности за счет статуса фирмы как туроператора и турагента;
- расширение туристских маршрутов для повышения конкурентоспособности;

- выход на рынки других регионов.

Угрозы:

- появление новых конкурентов;
- снижение платежеспособности населения;
- неблагоприятные изменения в курсах валют;
- неблагоприятная демографическая ситуация;
- изменения во вкусах потребителей.

Для успешного функционирования предприятия необходимо правильное управление кадрами и их взаимодействие в процессе работы.

Существует несколько типов организации труда на предприятии. Для данного предприятия характерна линейно – штабная организационная структура. Такой вид организационной структуры является развитием линейной и призван ликвидировать ее важнейший недостаток, связанный с отсутствием звеньев стратегического планирования.

Линейно – штабная структура включает в себя специализированные подразделения (штабы), которые не обладают правами принятия решений и руководства какими нижестоящими подразделениями, а лишь помогают соответствующему руководителю в выполнении отдельных функций, прежде всего, функций стратегического планирования и анализа. В остальном эта структура соответствует линейной.

Достоинства линейно – штабной структуры:

- более глубокая, чем в линейной, проработка стратегических вопросов;
- некоторая разгрузка высших руководителей;
- возможность привлечения внешних консультантов и экспертов;
- при наделении штабных подразделений правами функционального руководства такая структура – хороший первый шаг к более эффективным органическим структурам управления.

Недостатки линейно – штабной структуры:

- недостаточно четкое распределение ответственности, так как, лица, готовящие решение, не участвуют в его выполнении;
- тенденции к чрезмерной централизации управления;
- аналогичные линейной структуре, частично – в ослабленном виде.

Вывод: линейно – штабная структура может являться хорошей промежуточной ступенью при переходе от линейной структуры к более эффективным. Структура позволяет, правда в ограниченных пределах, воплощать идеи современной философии качества.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Продажа туристского продукта в условиях жесткой конкуренции становится все более сложной задачей. В связи с этим особое значение приобретает совершенствование технологии продаж.

Приморское агентство авиационных компаний имеет квалифицированных сотрудников, благоприятную атмосферу. Офис оснащен современным оборудованием, что способствует скорости работы. Так же «Приморское агентство авиационных компаний» имеет круглосуточную горячую линию, благодаря которой удовлетворяются потребности клиентов в любое удобное для них время.

Главной рыночной ролью компании как туроператора заключается в соединении поставщиков услуг с клиентами-туристами.

Для удобства клиентов офис оснащён картографическим материалом, информационными плакатами. Для создания имиджа фирмы пространство офиса было оформлено сувенирными изделиями, большинство из которых это не что иное, как благодарности туристов за тщательно подобранный тур. Большое значение фирма также уделяет работе с каталогами, поскольку клиент может ознакомиться со всеми предложениями и выбрать подходящий вариант.

Для быстрой работы менеджеров предусмотрено оснащение офиса современной компьютерной техникой и оргтехникой.

Оформление договоров и иных документов производится с использованием локальной сети и сети Интернет, что позволяет менеджеру увеличивать производительность работы и уменьшать время по делопроизводству. Для работы с заявками турагентств предусмотрены специальные программы автоматизации.

Менеджеры, работающие в туристической фирме очень доброжелательны, способны проконсультировать туриста по любому направлению, предоставят подробную информацию, посоветуют только лучшие варианты. Работу менеджеров характеризует творческий, индивидуальный подход и внимательное отношение к каждой заявке. Ответственность, добросовестность, знание массовых направлений, тонкостей регионов сделают отдых туристов незабываемым. Выполняют менеджеры свои обязанности строго в соответствии должностной инструкции менеджера. Ежегодно сотрудники повышают квалификацию на семинарах и курсах.

Специфика работы предприятия заключается в высокой организации сотрудников, что обеспечивают быстроту реагирования и высокое качество обслуживания клиентов.

Новые сотрудники легко вливаются в коллектив благодаря доброжелательной атмосфере внутри коллектива. Для наилучшего ознакомления с деятельностью, осуществляемой туристской фирмой, для менеджеров отведены часы стажировки.

Ежедневно менеджерами компании «Приморское агентство авиационных компаний» исследуется туристический рынок, анализируются предлагаемые туры от различных туроператоров. Для отслеживания изменений в сфере туризма каждый просматриваются официальные туристические сайты, направленные на информирование не только туристов, но и туристических компаний об изменениях цены, качества туристического продукта и многое другое. На официальных сайтах туристических операторов изучаются туры, предлагаемые на данный момент, их содержание, стоимость и качество. Также на сайтах туроператоров расположена информация по правильному и наиболее удобному бронированию туров. Так как при бронировании тура цена указывается в у.е., то на сайте каждой туристической компании указан внутренний курс валюты, необходимо точно знать, какой курс в компании, чтобы не появилось проблем со стоимостью путевки. В большинстве случаев на сайте туроператоров размещены последние новости в сфере туризма и горящие туры в разные страны, чтобы непосредственно клиенты и другие туристические компании были осведомлены. Для того, чтобы найти тур, который наиболее подходит для туриста, на сайтах туроператоров также предлагается поисковик, который упрощает поиск подходящего тура. Этим поиском могут воспользоваться как туристы, так и работники других туристических компаний.

Важнейшим аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с клиентом. Сотрудники фирмы непосредственно участвуют в процессе продажи, умеют красиво представить свои маршруты, а также профессионально владеют техникой общения с клиентом. Менеджеры компании понимают, что выбор клиента во многом зависит не только от полученных сведений, но и от впечатления, которое сумел произвести сам менеджер

Процесс продажи туристского продукта включает:

- а) прием клиента и установление контакта с ним;
- б) установление мотивации выбора турпродукта;
- в) предложение туров;
- д) оформление правоотношений и расчет с клиентом;
- е) информационное обеспечение покупателя.

Компания «Приморское агентство авиационных компаний» имеет собственный сайт (Приложение Б). На сайте можно ознакомиться с последними новостями в туристическом мире, подобрать подходящий тур, узнать о штате компании и о

месторасположении компании. Также на сайте «Приморское агентство авиационных компаний» можно заполнить экспресс-заявку на бронирование тура. Запрос будет рассмотрен менеджером туристической фирмы.

Для реализации наибольшего количества туристских услуг компания применяет необходимые методы продвижения. Используется наружная реклама: вывеска на фасаде здания туристической фирмы, рекламные щиты близ туристической фирмы, также информация содержится в Интернете и в электронных справочниках.

Предлагается устное представление туристской услуги в процессе личной беседы менеджера турфирмы с потенциальным покупателем с целью их продажи. Средствами личной продажи выступает личное общение с клиентами и беседа по телефону. Характерно то, что большинство клиентов прежде, чем выбрать турфирму и прийти в нее лично, обзванивают их по телефону. В связи с этими предварительными телефонными звонками клиентов нельзя недооценивать, ведь формирование благоприятного впечатления осуществляется в первые секунды разговора, а уже по первому телефонному общению с менеджером турфирмы в представлении клиента формируется ее имидж. При личных продажах происходит непосредственное воздействие на потенциального покупателя и побуждение к определенным действиям.

Характер персональных продаж позволяет значительно сократить бесполезную аудиторию, сконцентрироваться на четко определенных сегментах туристского рынка, установить долговременные отношения между менеджером турфирмы и покупателем, формировать и удерживать постоянную клиентуру, что очень важно в условиях возрастающей конкуренции.

Личные продажи являются единственным способом продвижения товара и услуг, которые заканчиваются непосредственно его реализацией.

2.3 Информационные технологии предприятия АО «ПААК»

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

Под офисными программами на сегодняшний день понимаются как Excel-таблицы, приспособленные для ввода заявок и проставления отметки об оплате, так и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать бизнес-процессы турагентства. Также работа в текстовом редакторе Word.

Наибольшее влияние современные компьютерные технологии оказывают на продвижение туристского продукта (распространение и продажи). Прежде всего это касается возможности формирования новых маркетинговых каналов продвижения и сбыта туристского продукта. В последние годы большинство туристских предприятий создают собственные сайты в Интернете, а также используют баннерную рекламу.

В современном мире интернет занимает лидирующее положение практически во всех направлениях, имея официальный сайт, турфирма «Билетур» также развивает свои социальные сети, такие как инстаграм, вконтакте и одноклассники, телеграм. Объявления также публикуются на торговых площадках.

Преимущества работы турфирмы благодаря информационным технологиям:

- ускорение развития предприятия;
- быстрое продвижение информации в общество;
- удобство в оформлении документов;
- часто благодаря интернету турист уже приходит с готовыми запросами, что облегчает работу менеджера в подборе тура; широкие рекламные возможности, через социальные сети, отзывы, различные сайты.

Бонусные программы:

- Аэрофлот: Аэрофлот Бонус.
- Аэролюкс: Меридиан.
- S7 Airlines.
- bmi: Diamond Club и многие другие.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристские предприятия активно используют информационные технологии без их компьютерных систем бронирования, видеосистем, систем взаимодействующих видеотекстов вполне возможно представить ежедневное планирование и управление операциями.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов [2].

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях: рекламная кампания, стимулирование сбыта (продаж), персональные продажи, связи с общественностью. Реклама в сфере туризма более актуальна, чем в каких-либо других отраслях. Это обстоятельство связано с индивидуальными свойствами туристских услуг (неосязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления).

Маркетинг включает в себя множество самых разнообразных видов деятельности, в маркетинговые исследования, разработку товара, организацию его распространения, установление цен, рекламу. И главной задачей является исследование всех перечисленных видов деятельности, чтобы сделать максимально эффективной работу маркетинга на предприятиях туристического бизнеса [3].

Первая и главная задача маркетинга заключается в том, чтобы понять потребителя. Его желания и потребности обязательно должны быть изучены. По-настоящему эффективно работающие компании, каковой и является «Билетур», должны очень хорошо знать своих клиентов. Это называют «приближением к клиенту». Успешно работающая компания учится у тех, кого она обслуживает. Компания «Билетур» постоянно наблюдает за своими клиентами и старается улучшить свои возможности в обслуживании. У турфирмы есть прекрасный официальный сайт, на котором есть вся нужная информация. Зайдя на него, вы сразу же увидите самые выгодные и интересные предложения. Также присутствуют все способы связи с туристским агентом для уточнения информации.

Следующим важным направлением деятельности в маркетинге является продвижение товаров и услуг на рынок, реклама и сбыт созданных товаров и услуг. Для того чтобы добиться успеха, требуются значительные усилия, выдумка и находчивость. Рекламные издания переполнены разнообразными коммерческими предложениями, и ключ к успеху заключается в том, чтобы довести до потенциального клиента соответствующую информацию и вызвать его ответные действия, которые в лучшем случае должны завершиться приобретением товаров/услуг фирмы. Турфирма «Билетур» располагает большим количеством рекламных материалов таких как: буклеты по

международному и внутреннему туризму, различные каталоги по экскурсионным турам, лечебным турам и оздоровительным турам. Продвижение товаров и услуг на рынок осуществляется различными способами, используются как внешние, так и внутренние ресурсы.

Завершающей частью маркетинга является создание допустимого уровня доходов. Это, собственно, главная цель любого предпринимателя. Любое коммерческое дело осуществляется в целях получения прибыли.

Виды рекламы, которая используется в компании «Билетур»:

- официальный сайт компании <https://www.biletur.ru/>
- реклама на сайте farpost;
- реклама в социальных сетях;
- буклеты по внутреннему и международному туризму;
- каталоги по различным направлениям;
- вывески и указатели;
- визитные карточки компании.

Таким образом, значительная часть пользователей всемирной сети постепенно отказывается от различных источников информации. Есть люди, которые уже много лет не смотрят ТВ и не читают бумажную прессу, а получают все необходимые сведения из интернета, что быстрее, проще и эффективнее.

4 Система обеспечения безопасности АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристской организации «Билетур».

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

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества. ГОСТ 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание». Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» классифицирует факторы риска следующим образом.

Травмоопасность, например, ушибы, переломы от падения различных предметов, ссадины от неудобного туристского снаряжения. Также это может быть воздействие окружающей среды, такие как повышенные или пониженные температуры, влажность, ветер, перепады давления.

Далее идет пожароопасность, а именно, разведение костров, курение в неположенных местах, пользование неисправными электроприборами и другое.

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

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

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

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

5 Технология формирования профессиональных компетенций

Предоставление турагентских услуг.

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

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

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

Последние функции требуют пояснения. Термин «реализация» имеет двоякое толкование:

- а) продажа;
- б) исполнение.

По классической схеме деятельности – туроператор осуществляет только оптовую продажу туристского продукта туристским агентам-оптовикам, которые далее распределяют продукт по районам и регионам и продают через местные туристские агентства. Оптовики именуются wholesalers.

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

Кроме того, туроператор несет ответственность за исполнение туристского продукта перед потребителем (туристом) и на практике осуществляет контроль и

оперативное сопровождение туристского продукта (по крайней мере для туристских групп – всегда). Обычно для осуществления функций туроператора необходима не только регистрация предприятия как такового в качестве юридического лица или предпринимателя без образования юридического лица, но и приобретение специальной лицензии на осуществление такой деятельности. Так, в России приобретение лицензии требуется только на осуществление международной туристской деятельности. Деятельность в сфере внутреннего туризма лицензии и особой регистрации не требует.

Туроператор несет ответственность перед потребителем туристского продукта. Потребитель именно у него приобретает пакет услуг, в который входят услуги многих различных предприятий. Эта ответственность предусматривает определенные гарантии туроператора (гарантию банка под депозит определенной суммы средств или иное обеспечение, страхование профессиональной ответственности, если таковое возможно по законам лицензирования).

ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах.

Исполнитель обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора.

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

– об иных особенностях путешествия.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- условия продвижения и реализации турагентом туристского продукта;
- полномочия турагента на совершение сделок с туристами и (или) иными заказчиками от имени туроператора;

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

ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

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

Стоимость тура складывается из следующих пунктов:

- дорога: трансфер (от вокзала или аэропорта к гостинице и обратно и между пунктами отдыха), стоимость топлива, оплата дорог, парковок, амортизация машины – 20 евро за каждые 100 км (кроме стран, где дороги оплачиваются по участкам дополнительно);
- гостиницы, пансионаты (часто с завтраками);
- услуги гида-водителя. При этом стоимость тура высчитывается на группу, а потом делится эта стоимость на всех. Тур на заказ с определенным бюджетом:

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

В стоимость тура не входит:

- покупка железнодорожных или авиабилетов;
- стоимость получения виз;
- медицинские страховки;
- стоимость входных билетов в музеи, на корабли, поезда, фуникулеры и так далее;

– питание (кроме того, что полагается в пансионе или гостинице);

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

Для того чтобы заказать тур, необходимо заключить договор с турфирмой. После этого менеджер займется бронированием тура.

После получения от партнеров подтверждения о бронировании менеджер сразу же свяжется с клиентом. Если тур успешно забронирован, клиент оплачивает тур и получает на руки основной договор и туристскую путевку.

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

Для посещения визовой страны во избежание материальных убытков в случае отказа Консульства страны планируемого пребывания в выдаче визы, рекомендуют заключить «Договор страхования от невыезда», чтобы деньги клиента в случае не оформления визы вернулись.

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

ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

Порядок оформления визы:

Прежде всего, нужно подготовить и собрать определенный пакет документов. Сейчас практически во всех посольствах список документов необходимых для оформления визы унифицирован.

- 1) Заявление – анкета туриста;
- 2) Фотографии (определенного образца);
- 3) Копия паспорта гражданина РФ;
- 4) Справка с места работы;
- 5) Список покупок дорожных (трэвел) чеков;
- 6) Действующий загранпаспорт (с необходимым запасом в 3-6 месяцев до окончания срока его действия в зависимости от страны посещения);

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

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

После того как все документы собраны, турагентство переправляет их туроператору.

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

ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности.

Турпутевка печатается на листе любого формата. К турпутевке применяются меры по обеспечению защиты от подделки.

В верхней части турпутевки указывается следующая информация: сведения об утверждении формы бланка «Утверждена Министерством финансов РФ» с пропуском строк для заполнения числа, месяца и года утверждения, «Код по ОКУД» с пропуском строки для заполнения кодов формы бланка по Общероссийскому классификатору управленческой документации.

Бланк содержит шестизначный номер и серию в буквенном выражении, которые проставляются изготовителем бланков.

Понятия, применяемые в бланке строгой отчетности:

Туристская путевка – документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности;

Бланк содержит:

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

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

– реквизиты заказчика туристского продукта, указываются для физического лица: фамилия, имя, отчество физического лица, заказывающего туристский продукт, данные паспорта, а при его отсутствии

– иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства; для юридического лица: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

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

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

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

В поле «Общая цена туристского продукта» указывается сумма в рублях, в том числе прописью.

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

Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК 2.1 Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.

Руководитель туристской группы предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» должен представить руководителю образовательной организации:

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

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

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

Маршрутные документы туристской группы – маршрутный лист и маршрутная книжка.

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

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

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

ПК 2.2 Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках.

Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.

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

После ознакомления и прослушивания лекции турист обязан сделать запись в "Журнале Инструктажа", что согласен с предлагаемыми условиями проведения маршрута. Все спорные моменты должны решаться до выхода на маршрут.

Нитка маршрута всегда остается неизменной, (запасной вариант используется только при плохих погодных условиях или аварийных ситуациях). На туре гид-проводник является единоначальником. Он имеет право принимать любые решения, направленные на выполнение обязанностей гида–проводника, вплоть до снятия с маршрута туриста, создающего нервную обстановку в группе, злоупотребляющего спиртными напитками

или наркотическими средствами в ущерб окружающим. В этом случае компенсация туристу не выплачивается.

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

В походе какое–то время туристская группа находится в полной изоляции, вдали от жилья. Это состояние группы можно назвать осознанным автономным существованием. В таких условиях залогом безопасности и благополучия туристов являются максимальная информированность о районе похода, высокая физическая, техническая и морально–волевая подготовка. Именно поэтому так важно тщательно готовиться к каждому походу.

Однако даже подготовленная туристская группа может оказаться в ситуации вынужденной автономии при резком изменении природных условий или в результате стихийного бедствия (схода лавины или селя, лесного пожара, урагана, сильного продолжительного дождя и тому подобное). При этом группа, как правило, выбивается из графика. Это в свою очередь ведет к увеличению продолжительности похода и, как следствие, в группе образуется нехватка продуктов.

В еще более сложной ситуации оказывается группа при остром заболевании или травме одного из ее членов. В этом случае группа стоит перед выбором: либо остановиться и ждать улучшения состояния пострадавшего, либо транспортировать его в ближайший населенный пункт. В первом случае группа опять–таки выбивается из графика, во втором случае участники группы вынуждены нести пострадавшего порой на длительное расстояние. Для детской группы это очень серьезное испытание.

В ситуации вынужденного автономного существования благополучный исход зависит в первую очередь от правильных действий с первого момента ее возникновения. Анализ многих ситуаций показывает, что очень часто наибольшую опасность для пострадавших представляет не сам свершившийся факт, а последствия первых необдуманных действий.

Поэтому первое, что необходимо сделать в экстремальной ситуации, – успокоиться и объективно оценить сложившееся положение. Первые поступки под воздействием эмоций диктуются инстинктом самосохранения и далеко не всегда являются верными. Важно в момент возникновения аварийной или экстремальной ситуации не терять

самообладания, не поддаваться страху, который мешает концентрации внимания, принятию верных решений.

Опасность надо постараться воспринять по частям, определив первоочередные из них и перспективные (которые, возможно, наступят, если...).

Аварийная ситуация обычно возникает внезапно, и ее развитие не всегда можно прогнозировать. Поэтому порядок действий в таких ситуациях зависит от конкретной обстановки.

В случае стихийного бедствия (схода лавины, лесного пожара, наводнения) необходимо немедленно покинуть опасную зону. При этом следует вынести в безопасную зону раненых, постараться забрать без риска для жизни все имеющееся снаряжение, запасы воды и пищи. После этого следует оперативно проанализировать ситуацию, определить ближайшее наиболее безопасное место, наметить путь движения к нему и туда перебазироваться. Всеми работами на месте аварии руководит старший группы.

Только окончательно убедившись, что все люди и снаряжение, запасы пищи и воды находятся в безопасности, приступают к дальнейшим действиям.

Успех выживания в экстремальной ситуации определяется не только способностями и возможностями каждого члена группы в отдельности, но и группы в целом. Однако и жизнедеятельность всей группы зависит от физического и морального состояния каждого члена группы. Поэтому с первых мгновений наступления аварии необходимо прилагать усилия (а иногда и немалые) для сохранения морально-волевого состояния группы в целом и каждого участника в отдельности.

Непременным условием благополучных действий группы в сложной ситуации является наличие руководителя. При умелом руководстве группа сможет избежать паники, растерянности, неуверенности в своих силах, разобщенности в действиях, проявления эгоизма и иждивенчества. Задача руководителя – не дать возникнуть конфликтам, которые в такой ситуации возможны по самым незначительным поводам.

При определяющей роли руководителя многое зависит и от членов группы. Терпимость к слабости или раздражению окружающих, способность первым пойти на примирение помогут избежать конфликтов, разрушающих единство группы. В экстремальной ситуации, когда нервы у всех на пределе, конфликты могут привести к очень серьезным последствиям.

Как в аварийных, так и в экстремальных ситуациях в условиях природной среды первоочередные действия должны быть направлены на оказание первой медицинской помощи пострадавшим, затем – на устранение угрожающего фактора или быстрый уход от него. Параллельно с оказанием медицинской помощи надо приступить к строительству

простейшего временного убежища, способного защитить пострадавших от ветра, снега, дождя или палящего солнца. Ведь переохлаждение или чрезмерный перегрев организма могут значительно усложнить ситуацию. Тогда придется вдобавок ко всем имеющимся трудностям заниматься устранением последствий переохлаждения и перегрева (отморожения, общее переохлаждение, тепловые и солнечные удары). В экстремальных ситуациях это только усугубит положение пострадавших. Надо помнить, что усугубление ситуации может произойти вследствие резких изменений погоды. Поэтому надо постоянно следить за состоянием погоды и быть готовым к ее изменениям.

В экстремальной ситуации при невозможности получения помощи извне важно сохранить имеющиеся на себе вещи, так как, от этого зависит в дальнейшем нормальная жизнедеятельность. Производится осмотр внешнего вида, приведение в порядок своей одежды и обуви. Нужно всеми силами стараться сохранить теплоресурсы в холодное время и внутренние запасы воды в жару. Если кто-то нуждается в ремонте одежды – это стоит произвести незамедлительно. Следует при этом позаботиться о людях, не имеющих достаточно одежды для предохранения от холода и жары, по возможности равномерно распределить ее между всеми пострадавшими. При недостатке одежды в холодное время необходимо использовать имеющееся имущество, способное предохранить от холода. Все должны знать – защита организма от холода в первую очередь скажется на экономии продуктов питания.

После этого собирают в одно место все сохранившиеся при выходе в безопасное место вещи, предметы снаряжения (на первый взгляд, может быть, и ненужные). Их сортируют, отделив необходимое в первую очередь и временно не востребуемое, упаковывают или аккуратно складывают в безопасном месте.

Все вещи, снаряжение и личное имущество, вплоть до предметов личной гигиены в экстремальной ситуации переходят в разряд общественных и используются для удовлетворения потребностей всех пострадавших. Собираются запасы воды и все имеющиеся продукты питания, образуя неприкосновенный запас. Назначаются ответственные за сохранность вещей, снаряжения, продуктов. Самовольное их использование категорически запрещается.

После этого возникает естественный вопрос – что делать дальше?

Для принятия решения о дальнейших действиях нужно оценить реально сложившуюся обстановку, ответить на следующие вопросы:

1) Если ваше местоположение не известно, то придерживались ли вы заданного (согласованного) маршрута на момент аварии? Если обнаружат ваше отсутствие, то

первоначальные поиски будут производиться в районе вашего предполагаемого маршрута.

2) Хорошо ли виден ваш временный лагерь с воздуха или окружающих возвышенностей? Можете ли вы сделать так, чтобы он был виден лучше?

3) Имеют ли местные власти в своем распоряжении достаточно сил и средств для организации эффективного поиска?

4) Способствуют ли метеоусловия работе спасателей, поисковых самолетов и вертолетов?

5) Знаете ли вы точно свое местонахождение? Если да, то как близко вы находитесь от какого-либо населенного пункта? Каков характер местности между вами и этим населенным пунктом? Каковы климатические условия и возможные сложности предполагаемого маршрута передвижения? Сколько времени потребуются для выхода к этому населенному пункту?

6) Смогут ли все члены группы выдержать переход к жилью? Есть ли пострадавшие с серьезными ранениями, требующие немедленной медицинской помощи?

7) Располагаете ли вы достаточным количеством вещей и снаряжения для длительного перехода, есть ли у вас компасы, спички и т.д.?

8) Какие у вас имеются запасы продовольствия и воды? Оцените ваши аварийные запасы и те, которые можно восполнить из природных источников. Есть ли недалеко хороший источник воды? Сможете ли вы добывать пропитание в безлюдной местности после того, как израсходуете свои неприкосновенные запасы?

9) Что вам известно о том, как нужно выживать в тех природных условиях, в которых вы оказались?

Группа, оказавшаяся в экстремальной ситуации автономного существования, должна принять решение: оставаться на месте аварии и ждать помощи или попытаться добраться до ближайшего населенного пункта.

Решение об уходе с места происшествия принимают в тех случаях, когда:

– нет уверенности, что о происшествии знают и в ближайшее время будут организованы поиски группы;

– есть возможность правильно сориентироваться и определить направление к ближайшему населенному пункту, расстояние до которого невелико и состояние здоровья людей позволяет осуществлять движение;

– возникла непосредственная угроза жизни (лесной пожар, наводнение и тому подобное);

– люди не могут быть обнаружены спасателями из-за окружающей их на этом месте густой растительности;

– в течение трех суток нет связи и помощи.

На месте происшествия необходимо обозначить направление своего ухода: оставить записку, выложить стрелку, сделать зарубки на деревьях, связать пучки травы и тому подобное.

Перед выходом необходимо проверить одежду и обувь, тщательно упаковать и приготовить для переноски все необходимое (может быть, даже и огонь, если нет спичек). До выхода надо решить первоочередную задачу – определить направление выхода.

Успешное решение задачи зависит от умения членов группы определить стороны света и ориентироваться на местности. Но главное при этом – определить направление, в котором наиболее вероятна встреча с людьми. При наличии карты и компаса сложность будет только в определении места нахождения группы. Если отсутствует и карта и компас, то задача существенно усложняется. В таком случае определение направления выхода, сохранение этого направления во время движения будет целиком зависеть от умений членов группы.

Для определения направления выхода необходимо предпринять разведку для изучения окрестностей местонахождения группы, не смотря на то, что она отнимет некоторое время. Полученная информация может значительно сократить время движения к населенному пункту, дороге.

Какими же соображениями надо руководствоваться, выбирая направление выхода?

Наиболее рациональный прием для группы, не имеющей достаточного количества продуктов, компаса и карты, – идти до первого ручья, реки. Направление к ним укажут понижения местности, овраги, звериные тропы к водопою. Ручеек неизбежно приведет к реке. Чем больше река, тем больше вероятности встретить на ее берегах жильё. Вдоль рек и ручьев часто прокладывают тропы, приводящие в населенные пункты. Идти по ним легче, чем напрямую, по бездорожью.

В малонаселенной, удаленной местности, имеющей слабую дорожную сеть, реки используются местным населением для передвижения и перевозки грузов. Если есть возможность, то передвигаться по реке со спокойным течением можно и на плоту, изготовленном из сухих бревен. К тому же возле реки легче обеспечить себя продуктами питания. Вблизи водоемов произрастают питательные съедобные растения, в воде можно поймать рыбу. В прибрежных зарослях водится водоплавающая дичь, к реке на водопой приходят животные.

Решение оставаться на месте происшествия принимается, если:

- сигнал бедствия или сообщение о месте происшествия переданы по телефону, по аварийной радиостанции или другим надежным способом;

- место происшествия точно не определено, местность незнакомая и труднопроходимая (горы, лес, глубокие овраги, болота, мощный слой снежного покрова и тому подобное.);

- направление на населенные пункты и расстояние до них неизвестны;

- большая часть людей не может самостоятельно передвигаться из-за полученных травм или заболеваний.

Приняв решение оставаться на месте происшествия, необходимо придерживаться правил безопасного поведения, которые позволят выжить и дождаться помощи спасателей.

Во временном лагере, построив надежное укрытие из подручных средств, можно создать условия для нормального отдыха, длительного сохранения нормальной жизнедеятельности обеспечения ухода за больными и ранеными. Находясь на одном месте, легче организовать сбор съедобных растений, ягод.

Для организации такого лагеря надо принять план действий, который включает:

- выбор наиболее подходящего места лагеря с учетом рельефа местности, близости дров и воды, отсутствия опасностей на его территории;

- определение места для строительства временного, но надежного жилища, мест для приготовления пищи, хранения продуктов, имущества, мусора и туалетов;

- определение типа временного укрытия, исходя из возможностей местности, наличия строительного материала и имеющихся инструментов;

- заготовка необходимых материалов и постройка укрытия;

- подготовка места для костра, заготовка достаточного количества дров и разведение огня.

Для успешной реализации этого плана, а также для создания нормального климата в группе, надо распределить, как в обычной туристской группе, обязанности между всеми ее членами с учетом их состояния здоровья и способностей. Надо выделить людей, ответственных за строительство жилища, добычу и поиск пищи, разведение, поддержание огня и приготовление горячей пищи, оказание медицинской помощи и т.д. Непременное условие – каждый должен иметь поручение.

Можно предложить правила поведения, основывающиеся на результатах анализа подобных ситуаций специалистами-спасателями. При попадании в экстремальную ситуацию надо:

- уметь предвидеть опасность;

- уметь контролировать свое поведение;
- быть самостоятельным;
- уметь думать и придумывать;
- принимать быстрые решения;
- быть настойчивым и упрямым, когда это потребуется;
- уметь подчиниться, если это необходимо;
- не отчаиваться, если больше нет сил, бороться за свою жизнь;
- искать другие пути, прежде чем сдаться окончательно.

Таким образом, благополучный исход в экстремальной ситуации зависит от самого человека, от его воли, собранности, дисциплинированности, физической подготовки, а главное – умения выживать [4].

ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте

В стратегии высококачественного сервиса туристов гигантская роль отводится работе сопровождающего или руководителя туристической группы. Сотрудники во многом определяют имидж турфирмы, обеспечивают качественное выполнение туристского маршрута. Как раз руководителю туристской группы предъявляются, до этого всего, жалобы туристов, партнеров по организации сервиса. От его деловых, собственных, профессиональных свойств нередко находится в зависимости подходящее решение множества конфликтных обстановок, образующихся на маршруте.

Руководитель туристской группы:

- 1) Проводит организационное собрание туристской группы.
- 2) Организует прохождение туристами паспортного, таможенного и иного контроля в пункте назначения при въезде в зарубежную страну, а также выезде из нее.
- 3) Осуществляет контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.
- 4) Оформляет соответствующие документы (ваучер, отчет, прочее).
- 5) Постоянно находится с туристской группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.
- 6) Информировать туристов:
 - о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и правилах пребывания в ней;
 - о правилах ввоза и вывоза из страны имущества, товаров, сувениров, прочее;
 - о валютном и таможенном контроле;
 - об обычаях местного населения;

- о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной;
- о состоянии окружающей природной среды;
- о санитарно-эпидемиологической обстановке;
- об условиях обеспечения личной безопасности, соблюдения потребительских прав и сохранности имущества туристов;
- о правилах оформления проката легкового транспорта в стране временного пребывания;
- об условиях получения неотложной медицинской помощи.

7) Осуществляет контроль и координацию качества обслуживания туристов принимающей стороной.

8) В случае ненадлежащего выполнения принимающей стороной условий обслуживания немедленно информирует руководство агентства об отклонениях от программы.

9) В случае заболевания туриста совместно с представителем принимающей стороны и страховой компании принимает срочные меры по оказанию медицинской помощи.

10) В случае возникновения форс-мажорных обстоятельств (стихийных бедствий, военных действий, забастовок и так далее) связывается с российским консульством (посольством), специальными органами, созданными в связи с чрезвычайными ситуациями, собирает группу и проводит инструктаж по обеспечению безопасности здоровья и жизни туристов.

11) Оформляет в установленном порядке ваучеры на обслуживание туристских групп, опросные листки.

12) Информировывает туристов о возможности возникновения факторов риска на каждом конкретном маршруте.

13) Принимает меры по разрешению конфликтных ситуаций с местным населением, представителями правоохранительных и иных органов.

14) Осуществляет хранение документов, переданных туристами для организации обслуживания.

15) Организует возвращение туристов на отправную базу.

16) Подготавливает и сдает отчет о туристической поездке руководителю агентства.

Под безопасностью туризма понимаются защищенность туристов (экскурсантов),

сохранность их имущества, а еще не нанесение вреда при совершении путешествий находящейся вокруг среде, вещественным и духовным ценностям общества, защищенности страны.

В случае возникновения обстоятельств, свидетельствующих о возникновении в стране (месте) временного пребывания туристов (экскурсантов) угрозы безопасности их жизни и здоровья, а равно опасности причинения вреда их имуществу, турист (экскурсант) и (или) туроператор (турагент) вправе потребовать в судебном порядке расторжения договора о реализации туристского продукта или его изменения [5].

ПК 2.4 Взаимодействие со службами быстрого реагирования.

Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.

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

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

Территориальный уровень системы реагирования можно рассматривать как совокупность органов управления, сил, материальных, финансовых средств, информационных ресурсов, размещенных в пределах территории субъекта Российской Федерации. Все перечисленные системы реагирования на чрезвычайные ситуации имеют аналогичные структуры, которые включают:

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

возможных чрезвычайных ситуаций, планы городов, населенных пунктов и объектов, планы коммуникаций, систем пожаротушения, систем связи и оповещения и другое).

Следует отметить, что органами управления систем реагирования на чрезвычайные ситуации на всех уровнях являются, как отмечалось выше, комиссии по чрезвычайным ситуациям, возглавляемые губернаторами, главами органов местного самоуправления, руководителями предприятий и организаций, либо лицами ими уполномоченными.

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

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

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

Экскурсовод или гид-проводник АО «Приморское агентство авиационных компаний» обязан соблюдать Требования к технологии работ по проверке транспортных средств при государственном техническом осмотре с использованием средств технического диагностирования требования [6].

ПК 2.5 Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.

Анализ претензий туристов.

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

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

Первое известное определение качества принадлежит древнегреческому философу Аристотелю: качество – это благо, обеспечивающее счастье. Современное научное определение качества приведено в международном стандарте ISO 8402–86: «качество совокупность свойств и характеристик продукции и услуг, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности».

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

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

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

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

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

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

– нематериальное (субъективное), которому соответствуют качественные (не измеряемые) характеристики, зависящие от субъективного восприятия потребителя, оцениваемые экспертами органолептически (органами чувств). Это – комфортность,

удобство, эстетика интерьера, этика общения, вежливость, чуткость, доступность персонала, то есть, вся совокупность характеристик культуры обслуживания.

Комплексный характер туристской деятельности затрудняет установление единого показателя оценки качества обслуживания. Влияние ряда факторов экономического, организационного, технического характера не позволяет измерить качество обслуживания в различных видах туристской деятельности по одному и тому же показателю. Многоплановый характер туризма предполагает применение всеохватывающего критерия оценки, который объединил бы в себе общее, специфическое и единичное процесса обслуживания.

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

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

- техническое качество – характеризуется тем, что потребитель получил после того, как взаимодействие исполнителя и потребителя было завершено, т. е. конечный результат;
- функциональное качество – проявляется непосредственно в процессе предоставления услуг (обслуживании);
- социальное (этическое) качество – качество доверия, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой.

Таким образом, на качество туристского обслуживания АО «Приморское агентство оказывают влияние несколько составляющих: услуга; технология обслуживания; условия обслуживания. Законодательными, нормативно–правовыми актами определены основные требования к качеству туристской услуги, которыми необходимо руководствоваться в процессе проектирования тура. Кроме того, существуют еще и потребительские требования, которые во многом определяют потребительскую оценку качества той или иной услуги, а также всего процесса обслуживания. Все эти составляющие взаимосвязаны и должны соответствовать друг другу. Неудовлетворенность потребителей условиями обслуживания или технологией неизменно приведет к субъективной оценке качества самой услуги [7].

Сотни туристов становятся жертвами туристских предприятий, которые недобросовестно относятся к выполнению своих обязательств. Многие фирмы, получив право на международную туристскую деятельность, не выполняют все условия действия лицензии, а также статьи Законов РФ «О стандартизации», «О сертификации продукции и услуг», «О защите прав потребителей», «О рекламе», используя несовершенство законодательной и методической базы в своих интересах. Общий поток жалоб в туризме можно разделить на четыре основные категории:

1) Неисполнение или ненадлежащее исполнение услуг, обещанных турфирмой. Большинство жалоб относится к этой категории. Разница между тем, что предлагает турфирма, и тем, что турист получает на самом деле, может варьироваться от незначительной до полностью неприемлемой.

2) Несвоевременное информирование туриста об изменениях в программе тура. Это вторая по распространенности категория жалоб. Изменения ранжируются от незначительных до серьезных.

3) Недостоверная или неточная информация о туре. Чтобы сделать правильный выбор между почти одинаковыми турпакетами, турпакетом и отдельно приобретаемой услугой, потенциальный турист должен иметь всю необходимую и достоверную информацию.

4) Ограничение собственной ответственности турфирмы за изменения условий тура.

Следует заметить, что турфирма в пункте договора «Права, обязанности и ответственность сторон» старается оставить за собой как можно больше прав, а за туристом – как можно больше обязанностей. Часто именно этот пункт договора, нечетко сформулированный, слишком пространный и исключающий всякую ответственность турфирмы, является источником жалоб туристов [8].

ПК 2.6 Сбор и анализ документов строгой отчетности.

Отчетную документацию составляют документы, содержащие сведения о результатах деятельности учреждения, организации, предприятия за определенный период времени - год, полугодие, квартал, месяц, декада. Отчетная документация в деятельности организации и государства в целом выполняет функцию обратной связи, позволяя сопоставлять полученные результаты с показателями, намеченными планом или программой.

Анализ отчетных документов дает возможность руководству корректировать деятельность, как самой организации, так и подведомственной системы, совершенствовать организационную структуру, характер и содержание выполняемых

работ, кадровый состав организации, обеспечение ее финансовыми, материальными и иными ресурсами.

Отчетная документация учреждения состоит из нескольких комплексов документов:

- государственная статистическая отчетность;
- ведомственная отчетность;
- внутриучрежденческая отчетность.

Формы документов государственной статистической отчетности разрабатываются Госкомстатом России и являются обязательными для всех учреждений, организаций и предприятий. Порядок составления и оформления документов государственной статистической отчетности установлен Положением о порядке предоставления государственной статистической отчетности в Российской Федерации, утвержденным постановлением Госкомстата.

Формы документов ведомственной отчетности разрабатываются министерствами и ведомствами. Федеральные органы исполнительной власти, выполняющие функции органов межотраслевой координации, разрабатывают формы ведомственной отчетности, обязательные для всех учреждений, организаций и предприятий, например, Центральный банк Российской Федерации, Государственная налоговая служба Российской Федерации и Министерство финансов Российской Федерации разрабатывают формы бухгалтерского учета и отчетности, налоговой отчетности, обязательные для всех организаций. Федеральные органы исполнительной власти, выполняющие функции отраслевого управления, разрабатывают формы ведомственной отчетности, обязательные для учреждений, организаций и предприятий отрасли.

Отчет - документ, содержащий сведения о результатах деятельности за определенный период времени, выполнении мероприятий, поручений, заданий, представляемый руководителю структурного подразделения, организации или вышестоящему органу.

Государственная статистическая и ведомственная отчетность составляется на основе утвержденных унифицированных форм и в соответствии с утвержденными нормативными документами, предписывающими порядок их составления и оформления.

Внутриучрежденческая отчетность составляется в относительно свободной форме, порядок ее составления и оформления аналогичен другим управленческим документам.

При составлении внутренних отчетов учитывается их назначение и круг рассматриваемых вопросов. Отчеты составляются на общем бланке или стандартном листе бумаги. Обязательными реквизитами отчета или справки отчетного характера являются: наименование организации, наименование подразделения (если это отчет или

справка о работе подразделения), название вида документа, дата, номер документа, место составления, заголовок к тексту, подпись, гриф утверждения (на отчетах) или резолюция руководителя (на справке отчетного характера).

В заголовке отчета указывается:

В отчете дается описание выполненной работы и заключение, в котором анализируются ее итоги и излагаются выводы и предложения. Если отчет содержит результаты работы, которая ранее планировалась, последовательность изложения отчета должна соответствовать последовательности расположения заданий в плановом документе.

Отчеты о работе структурных подразделений подписываются руководителем подразделения, отчеты о работе организации в целом подписываются руководителем подразделения, ответственным за подготовку отчета, отчет о работе сотрудника организации подписывается самим составителем.

Отчет о работе организации утверждается руководителем организации или вышестоящим органом. Датой отчета является дата его утверждения или вынесения резолюции. К отчету может прилагаться пояснительная записка и другие справочные материалы.

Предоставление туроператорских услуг

ПК 3.1 Составление отчета руководителя туристской группы.

Письменный отчет предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» о туристском походе состоит из:

- Титульного листа;
- Содержания;
- Справочных сведений о походе;

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

- Характеристики района похода;

Дается краткое описание района похода: географическое положение, сведения о туристских возможностях района, пути подъезда и выезда с маршрута, сведения о возможности и об организации заброски продуктов на маршруте, аварийные и запасные

варианты маршрута, сведения о медицинских пунктах, музеях, магазинах, адреса и телефоны поисково-спасательной службы, туристских организаций.

– Графика движения;

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

– Технического описания маршрута;

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

Основные требования к техническому описанию;

1) описание действий самой группы на маршруте;

2) соответствие карте и иллюстрациям;

3) возможность использования его другими группами при подготовке и проведении похода.

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

– Картографического материала;

Картографический материал должен состоять из:

1) обзорной схемы района похода;

2) маршрутной карты.

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

Маршрутная карта:

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

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

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

– Сведений о материальном оснащении группы;

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

– Заключение и рекомендаций;

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

– Краеведческого задания.

Результаты краеведческой работы представляются в виде:

- 1) краткое теоретическое вступление по теме работы с указанием педагогической и познавательной целей ;
- 2) описание методики работы на маршруте;
- 3) описание результатов самостоятельной работы;
- 4) выводы и практические рекомендации для организаторов походов по результатам работы с указанием выявленных особенностей в краеведческой характеристике района;
- 5) познавательное значение выполненной работы;
- 6) использование данного материала на маршруте;
- 7) список литературы;
- 8) иллюстративный материал (рисунки, фото, карты и тому подобное).

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

Отчет должен быть оформлен аккуратно, красочно, с использованием иллюстративного материала (рисунки, фотографии, открытки и тому подобное).

Фотографии должны быть сделаны в данном походе. Иллюстративный материал должен пояснять и подтверждать прохождение маршрута на сложных участках. В их число должна входить общая фотография всей группы на маршруте. Фотографии должны иметь подписи и обозначены характерные ориентиры, путь группы.

Страницы отчета должны быть пронумерованы, отчет снабжен оглавлением, должны быть указаны авторы разделов [9]

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

Маркетинговые исследования – это сбор, обработка и анализ данных в рынке, конкурентах, потребителях, ценах, внутреннем потенциале предприятия в целях уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений. Маркетинговые исследования могут быть направлены на различные объекты и преследовать разные цели.

Как и всякий другой товарный рынок, рынок туризма неоднороден. В его структуре выделяются более мелкие по своим масштабам рынки. В связи с этим существует достаточно много признаков классификации туристского рынка. Отметим лишь наиболее важные, которые имеют первостепенное значение для маркетинговых исследований.

Общая цель исследования рынка состоит в определении условий, при которых обеспечивается наиболее полное удовлетворение спроса населения в туристских услугах и создаются предпосылки для эффективного их сбыта. В соответствии с этим первоочередной задачей изучения рынка является оценка текущего соотношения спроса и предложения на туристские услуги, то есть конъюнктуры рынка.

Маркетинговое исследование считается системным в том случае, когда все принятые заключения в его рамках считаются кропотливо санкционированными и запланированными.

Объективность рекламного изучения гарантируется использование ям научных способов заключения рекламных задач.

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

- туристический рынок, субъектов, на нем функционируют;
- рыночную позицию предприятия;
- конкурентная среда;
- продажа туристических услуг во временном и пространственном измерении;
- поведение потребителей в процессе продажи;
- степень удовлетворения туристов;

- наблюдение за целевым рынком;
- инструменты влияния комплекса маркетинга, о продукте, цене, дистрибуции коммуникацию по курсу;
- прогнозирование тенденций развития рынка на перспективу.

ПК 3.3 Формировать туристский продукт.

При формировании туристского продукта принципиально принимать во внимание запросы вероятных покупателей, например компании нужно квалифицировать мотивированную группу покупателей, на которую ориентированно направлен ее продукт, то есть, избрать зарубежного партнера. Воплотить в жизнь возобновил созданные турпоездки компания имеет возможность с поддержкой имеющихся каналов реализована, то есть тех партнеров в стране, с которыми она трудилась прежде.

При заключении договора между туроператором и турагентом (или. Между туроператором, отправляющей и туроператором, принимающего) сначала составляется программа обслуживания туристов в виде набора услуг без распределения по конкретным дням.

Ценообразование у туроператоров возможно двумя путями:

- оператор формирует цену самостоятельно, на основе прямых контрактов с отелями, авиакомпанией, транспортной компанией и другими фирмами-провайдерами;
- оператор действует на основе контрактов с принимающими туроператорами

В упрощенном виде процесс формирования отпускной цены туроператора выглядит следующим образом: суммируются неттовые тарифы гостиницы, авиаперелета, трансферов, экскурсий. К полученной стоимости добавляется надбавка, так называемая *handlingfee*, покрывающая все косвенные расходы турфирмы - по зарплате, аренде, коммунальным платежам, телефонам и другое.

6 Индивидуальное задание

Взаимодействие со службами быстрого реагирования

Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.

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

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

Территориальный уровень системы реагирования можно рассматривать как совокупность органов управления, сил, материальных, финансовых средств, информационных ресурсов, размещенных в пределах территории субъекта Российской Федерации. Все перечисленные системы реагирования на чрезвычайные ситуации имеют аналогичные структуры, которые включают:

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

Следует отметить, что органами управления систем реагирования на чрезвычайные ситуации на всех уровнях являются, как отмечалось выше, комиссии по чрезвычайным ситуациям, возглавляемые губернаторами, главами органов местного самоуправления, руководителями предприятий и организаций, либо лицами ими уполномоченными.

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

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

В состав сил реагирования на чрезвычайные ситуации входят службы и специальные формирования общего назначения, подчиненные органам управления субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления и администрации предприятий и организаций, а также спасательные формирования (поисково–спасательные службы), подчиненные соответствующим органам управления ГОЧС [6].

Экскурсовод или гид–проводник АО «Приморское агентство авиационных компаний» обязан соблюдать Требования к технологии работ по проверке транспортных средств при государственном техническом осмотре с использованием средств технического диагностирования требования.

Заключение

Всероссийская сеть «Билетур» – крупнейшее туристическое агентство Дальнего Востока и лидер среди российских агентств по продаже авиабилетов и туристических путевок. Компания имеет более 55 собственных филиалов по продаже авиабилетов, ж/д билетов и туристических услуг по всей России: в Москве, Санкт-Петербурге, Биробиджан, Приморье, на Камчатке, Сахалине, Благовещенске, Хабаровске и Комсомольск-на-Амуре.

Сегодня Приморское агентство авиационных компаний предлагает бронирование и продажу авиабилетов на рейсы любых авиакомпаний мира по любым направлениям: в любую страну мира, различные города России и СНГ. Агентство сотрудничает с такими солидными компаниями, как «Аэрофлот-Российские Авиалинии», «Владивосток Авиа», «Домодедово», «Крас Эйр», «KLM», «Сибирь», «British Airways», «Пулково», «Трансаэро», «Аэрофлот Дон», «Reeve Aleutian Airways» и многими – многими другими, всего их более 300.

Анализ деятельности компании показал, что фирма довольно успешно функционирует на рынке туризма, реализует туры как по стране, так и за рубежом.

Основную прибыль предприятие получает от реализации авиа и железнодорожных билетов на которую приходится около 50% от всей суммы, поступившей от реализации услуг.

В результате прохождения учебной организационно-управленческой практики в компании «Билетур»:

- была рассмотрена организационная структура «Билетур»;
- изучена работа персонала и его должностные обязанности;
- рассмотрены договорные отношения с партнёрами и поставщиками;
- изучены ресурсы предприятия и их использование;
- изучены основные этапы формирования туристских услуг;
- изучена рекламная политика компании;
- изучены информационные технологии, применяемые на предприятии;
- рассмотрены вопросы безопасности на предприятии.

Итогом производственной практики стало приобретение навыков, необходимых для работы в туристской индустрии.

Сегодня в условиях постоянного усиления конкуренции компании «Приморское агентство авиационных компаний» надо научиться учитывать не только собственный финансовые интересы, но и интересы покупателя, чтобы удержать его и сохранить свою долю на рынке. А это может быть достигнуто только при соблюдении заранее

разработанной ценовой и маркетинговой политики, используя все современные наработки.

Сегодня в туризме, как и в любой другой деятельности, чрезвычайно полезным и гибким инструментом ценовой и маркетинговой политики является система скидок. Для улучшения своей ценовой и маркетинговой политики для турфирмы «Билетур» следует предложить следующие пути совершенствования:

Использование дополнительных систем скидок, таких как:

- внесезонные скидки;
- предоставление скидок молодоженам и другие.

Так как работа туристского предприятия носит сезонный характер, то при разработке своей ценовой политики следует учесть существенные сезонные колебания спроса по видам туризма. Цель использования скидок за внесезонную закупку состоит в том, чтобы побудить клиента приобрести данную услугу до начала очередного сезона, в самом его начале, либо вообще вне сезона.

Предлагаемые скидки способствуют выполнению ценой стимулирующей функции, помогают маркетинговым исследованиям, а способствуют снижению издержек компании, реализации вследствие возросшего сбыта, облегчает завоевание постоянных клиентов и перспективное планирование деятельности фирмы.

Проходя производственную практику, я составила определенное собственное мнение о характере работы на туристском предприятии. Также, я считаю, что прохождение практики позволило мне повысить уровень профессиональной подготовки в области внутреннего туризма, приобрести новые знания, необходимые для освоения предметов по специальности на последующих курсах.

Проходя производственную практику, я составила определенное собственное мнение о характере работы на туристском предприятии. Также, я считаю, что прохождение практики позволило мне повысить уровень профессиональной подготовки в области внутреннего туризма, приобрести новые знания, необходимые для освоения предметов по специальности на последующих курсах.

Сотрудники компании очень дружелюбно ко мне относились и помогали разобраться в некоторых сложных моментах. Учебная практика, которую я прошла в турфирме

«Билетур», помог мне закрепить и углубить комплексные знания, полученные за период обучения, узнать много нового, интересного и полезного в частности об особенностях формирования турпродукта, туристских формальностях, получила знания, которые будут полезными при выполнении различных учебных заданий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 АО «Приморское агентство авиационных компаний» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biletur.ru/agency/filials/index.asp> (Дата обращения от 29.11.2023.)
- 2 Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы: учебник / Н.Н. Павлова – Москва: Норма, 2018. – 384 с.) (Дата обращения 01.12.2023)
- 3 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия обслуживания учебник для студ. Вузов тур. Профиля Е.Н. Ильина; Рос. междунар. Академия туризма – Москва: Финансы и статистика, 2017. – 160 с. (Дата обращения 03.12.2023)
- 4 Выживание в экстремальной ситуации [Электронный ресурс] Режим доступа <https://studme.org/> (Дата обращения: 04.12.2023)
- 5 Событийное мероприятие, цели, виды, статьи затрат, экономическая эффективность, анализ экономических показателей, оценка экономической эффективности, разработка мероприятий, смета затрат, экономический эффект [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studopedia.ru/> (Дата обращения: 05.12.2023)
- 6 Организация реагирования на чрезвычайные ситуации на территориальном и федеральном уровнях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.obzh.ru/> (Дата обращения: 10.12.2023)
- 7 Контроль и оценка качества туристского обслуживания [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studref.com/> (Дата обращения: 10.12.2023)
- 8 Анализ жалоб потребителей в туризме. Претензии туристов и разрешение конфликтов [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studwood.net/> (Дата обращения: 11.12.2023).
- 9 Н.А. Костерев «Рекомендации по составлению туристского отчета о походе» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://nkosterev.narod.ru/> (Дата обращения: 12.12.2023).

Приложение А

Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»,
г. Владивосток



Рисунок А.1 – Схема проезда к АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Приложение Б

Сайт «Билетур», г Владивосток

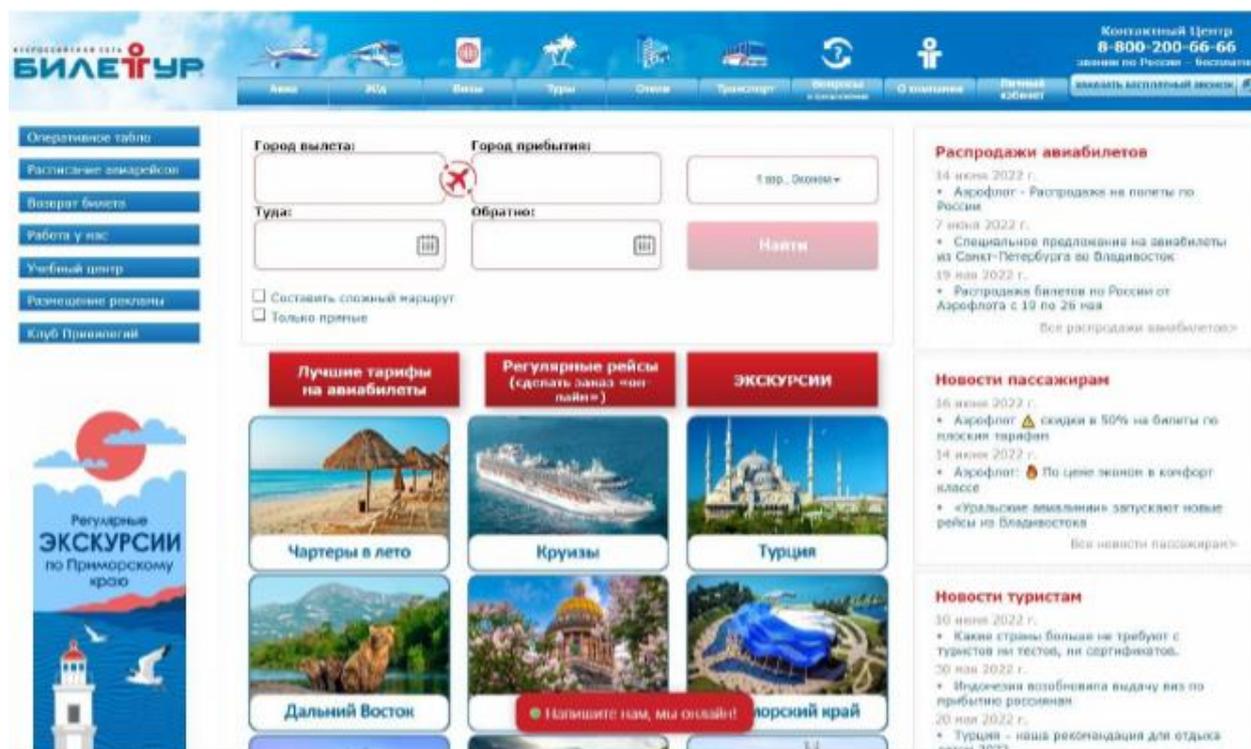


Рисунок Б.1 – Сайт компании «Билетур»

Индивидуальное задание по производственной (по профилю специальности) практике

Студентка, Коткова Диана Вячеславовна, обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм, прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 144 часа с «28» ноября 2023 г. по «25» декабря 2023 г. в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний»

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

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

Дата выдачи задания «28» ноября 2023 г.
Срок сдачи отчета по практике «25» декабря 2023 г.

Подпись руководителя практики
 / Ткаченко Е.В., преподаватель
 Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Коткова Диана Вячеславовна, обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) производственную (по профилю специальности) практику в объеме 144 часа с «28» ноября 2023 г. по «25» декабря 2023 г. в организации АО «Приморское агентство авиационных компаний»

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

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

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

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

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 24 декабря 2023 г.

Оценка за практику *Отлично*

Руководитель практики от предприятия

Ибрагимова О.Н.



МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

Студента Котковой Дианы Вячеславовны

курса 2 группы С-ТУ-22-1

База практики АО «Приморское агентство авиационных компаний»

Начало практики «28» ноября 2023г. окончание «25» декабря 2023 г.

Владивосток 2023

ДНЕВНИК

прохождения производственной (по профилю специальности) практики

Студент Коткова Диана Вячеславовна

Специальность/профессия «Туризм», специалист по туризму

Группа С-ТУ-22-1

Место прохождения практики АО «Приморское агентство авиационных компаний»

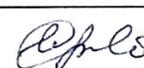
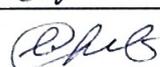
Сроки прохождения с «28.11.2023» по «25.12.2023»

Инструктаж на рабочем месте

«28» ноября 2023 г
Дата


подпись

Ибрагимова О.И.
Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
28.11.2023	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
29.11.2023	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	5	
30.11.2023	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и расчёт различных его вариантов	5	
01.12.2023	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	5	
02.12.2023	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта	5	
04.12.2023	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	5	
05.12.2023	Доставка туроператору пакета документов для получения виз	5	
06.12.2023	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	5	
07.12.2023	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	5	
08.12.2023	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках	5	
09.12.2023	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте.	5	
11.12.2023	Взаимодействие со службами быстрого		

	реагирования	5	<i>Р.И.С.</i>
12.12.2023	Оценка качества туристского и гостиничного обслуживания	5	<i>Р.И.С.</i>
13.12.2023	Сбор и анализ документов строгой отчетности	5	<i>Р.И.С.</i>
14.12.2023- 15.12.2023	Составление отчета руководителя туристской группы	5	<i>Р.И.С.</i>
16.12.2023- 17.12.2023	Проведение анализа деятельности других туркомпаний	5	<i>Р.И.С.</i>
19.12.2023- 20.12.2023	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	5	<i>Р.И.С.</i>
21.12.2023- 22.12.2023	Работа с запросами клиентов	5	<i>Р.И.С.</i>
23.12.2023- 24.12.2023	Составление отчета	5	<i>Р.И.С.</i>
25.12.2023	Дифференцированный зачет	5	<i>Р.И.С.</i>

Руководитель

Ибрагимова О.Н.
подпись

Ибрагимова О.Н.



Характеристика деятельности студента
Котковой Дианы Вячеславовны
группы С-ТУ-22-1 при прохождении производственной
(по профилю специальности) практики

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

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

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

Руководитель практики (от организации) Ибрагимова О.Н.

O. N. Ibrahimova
подпись



Характеристика

За время прохождения производственной практики в туристической фирме АО «Приморское агентство авиационных компаний» студентка Коткова Диана Вячеславовна проявила себя дисциплинированной стремящейся к получению знаний, необходимых в данной области управления.

Основной задачей её практической работы стало ознакомление с основными аспектами работы предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний». Под руководством опытных специалистов турфирмы, изучала основные законодательные и нормативные правовые акты, методические материалы; структуру и штат предприятия. его профиль, специализацию и перспективы развития; кадровую политику и стратегию предприятия.

За период практики приобрела следующие компетенции:

- изучение директивных и инструктивных материалов, используемых предприятием, организацией в сфере услуг;
- оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы
- составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта;
- проведение инструктажей по технике безопасности;
- составление программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- закрепление и углубление полученных студентом в колледже теоретических знаний по основным дисциплинам.

Во время прохождения практики, проявила себя дисциплинированной студенткой, смогла охватить большой объем необходимой информации. Ко всем заданиям своей производственной практики относилась ответственно, поручения с документами выполняла аккуратно.

Практическая работа заслуживает высокой оценки.

Руководитель практики от организации



Ибрагимов О.Н.

М,П

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Коткова Диана Вячеславовна

Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-22-1

согласно приказу ректора № 10245-с от 21.11.2023 года

направляется в АО "Приморское агентство авиационных компаний", г. Владивосток

для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 4 недели с 28.11.2023 года по 25.12.2023 года.

Руководитель практики Ткаченко Е.В. Академический



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
АО "Телесервисное агентство авиационных компаний"	28.11.2023	 
АО "Телесервисное агентство авиационных компаний"	25.12.2023	