

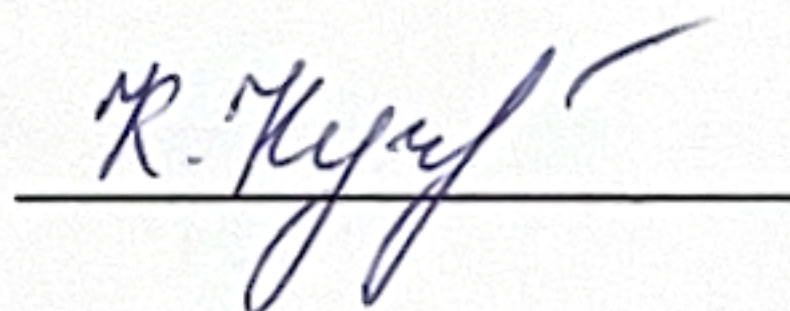
МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
по профессиональному модулю
ПМ. 01 Организация и контроль текущей деятельности
служб предприятий туризма и гостеприимства
ПМ. 02 Предоставление туроператорских и турагентских
услуг

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

период с «2» апреля 2025 г. по «22» апреля 2025 г.

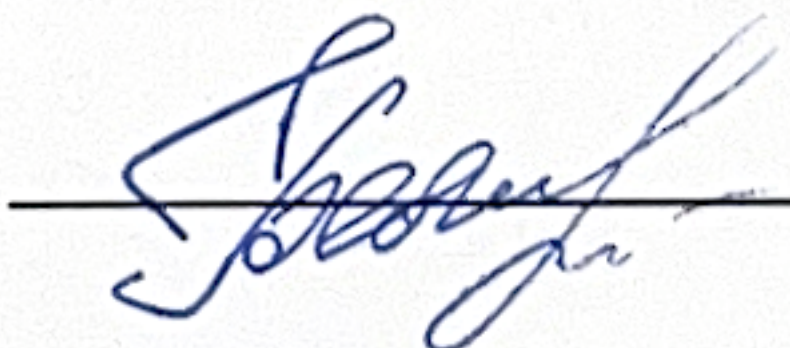
Студент группы
С-ТГ-23-Т1



К.Е. Кучерук

Наименование предприятия: ООО «Диалог народов-1»

Руководитель практики
от предприятия



Я.Г. Кавецкая

Отчет защищен:
с оценкой Отлично

Руководитель
практики от ОО



Л.О. Ермолович

Владивосток 2025

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Диалог.народов-1»	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Диалог народов-1»	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	8
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	9
1.5 Перспективы развития предприятия.....	11
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Диалог народов-1»	13
2.1 Анализ деятельности предприятия	13
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии Культура предприятия.....	14
2.3 Информационные технологии предприятия	16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	18
4 Система обеспечения безопасности	19
5 Технология формирования профессиональных компетенций	21
6 Индивидуальное задание	27
Заключение.....	30
Список использованных источников.....	31
Приложение А. Договор о реализации туристского продукта.....	32
Приложение Б. Туристская путевка.....	41

Введение

Туризм – это путешествие, совершаемое человеком в свободное от основной работы время в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях. Это один из видов активного отдыха, наилучший способ отвлечься от суеты, увидеть новое и интересное, набраться положительных эмоций. Туризм дает возможность познакомиться с культурой других стран и регионов, удовлетворяет любознательность человека, обогащает его духовно, оздоравливает физически, способствует развитию личности. Он позволяет совмещать отдых с познанием нового [1].

Туристское путешествие предполагает только временный выезд человека за пределы его обычной среды, без ведения в месте пребывания оплачиваемой деятельности, что исключает из категории туристов людей, профессионально или вынуждено совершающих поездки (дипломатов и консульских работников, военнослужащих, эмигрантов, беженцев, кочевников и др.). Основой для развития туризма являются туристские ресурсы (природные, культурные, исторические).

Турист – потребитель туристского продукта или услуг (тура), для его качественного обслуживания формируется и работает индустрия туризма.

Туризм оказывает влияние на многие сферы общества. Значение для экономики: туризм – это не только путешествия и отдых, но и важная сфера экономики. Индустрия туризма охватывает предприятия различных отраслей, из продукции и услуг которых туроператор создает привлекательный для потребителя туристский продукт. Индустрия туризма способствует притоку в страну финансовых ресурсов. Она не только дает доходы туристским фирмам, но и обеспечивает налоговые поступления, увеличивает спрос на продукты питания и разнообразные услуги, стимулируя тем самым развитие сопутствующих отраслей (транспорта, гостиничного хозяйства, связи, торговли и общественного питания, производства сувениров и т.п.). Обслуживание туристов – это источник доходов для местного населения. Данный вид деятельности не требует крупных стартовых инвестиций, отличается высоким уровнем рентабельности и относительно небольшим сроком окупаемости капитальных вложений. Развитие туризма способствует созданию новых рабочих мест и обеспечивает занятость населения (зарубежный опыт свидетельствует, что для обслуживания одного иностранного туриста требуется до 10 человек).

Социально-культурное значение: развитие туризма совершенствует систему социально-культурного обслуживания населения, увеличивает ресурсы для модернизации соответствующей инфраструктуры, повышает качество жизни. Политическое значение: туризм поднимает престиж страны, ее авторитет в мировом сообществе и среди рядовых граждан. Он укрепляет межрегиональные и международные дружеские связи, развивает

народную дипломатию, стабилизирует отношения между регионами и государствами. Уровень развития туризма является своеобразным показателем состояния общества, его материального достатка и духовного здоровья.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ.01. Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства, ПМ.02. Предоставление туроператорских и турагентских услуг является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

Задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы туристского предприятия;
- изучение организационных процессов, связанных с управлением функциональным подразделением организации; организационных процессов, связанных с предоставлением услуг по предоставлению туроператорских и турагентских услуг;
- освоение процессов, связанных со сбором информации о деятельности организации и отдельных ее подразделений, с организацией работы сотрудников;
- приобретение опыта работы на предприятии и организации работы его подразделений; по предоставлению туроператорских, турагентских услуг;
- развитие навыков работы с коллективом предприятия; работы с документацией подразделений;
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих командную работу в коллективе предприятия; внимательность и кропотливость к документам в работе;
- сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственной практике.

Объект анализа – туристская фирма ООО «Диалог народов-1».

В процессе прохождения практики я ознакомилась с работой в турфирме, расширила круг знаний в этой сфере, изучила все аспекты и тонкости работы в офисе на предприятии.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Диалог народов-1»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «Диалог народов-1»

Название компании: турагентство ООО «Диалог народов-1». Местонахождение: 690091, Россия, Приморский край, г. Владивосток, ул. Светланская 9В. Часы работы понедельник-пятница 8:30-18:00, суббота и воскресенье выходной. Телефон: 8 (423) 241-22-88.

В качестве примера для исследования было выбрано предприятие ООО «Диалог народов-1».

Компания производит продажу самых разнообразных по направленности и цене туров. Данного вида услуги в значительной степени популярны у туристов в любой стране, воспользовавшись услугами многопрофильной туристской компании «Диалог народов-1», можно существенно облегчить себе задачу, и неспешно готовиться к поездке. Кроме того, фирма работает как турагентство. В данной фирме производится реализация билетов на авиарейсы. Здесь есть все существующие разновидности рейсов, и все, что остается – только найти подходящий по ценовой категории и личным предпочтениям вариант.

Многопрофильная туристская компания «Диалог народов» помогает осуществить выбор быстро и качественно. Также компания осуществляет продажу билетов на поезд. Имеется сервис по подбору наиболее удобных маршрутов [2].

Общество с ограниченной ответственностью «Диалог народов» было основано летом 2005 года путем полной смены собственников, персонала и названия туристского агентства «Интур». Компания начала продавать туры по массовым направлениям за рубеж, экскурсионные туры по России и путевки на базы отдыха и санатории Приморского края.

С февраля 2005 года и по настоящее время компанией руководит Беянина Евгения Михайловна. Также летом 2005 года начали поступать первые заявки на помощь в оформлении приглашений для иностранных граждан в Россию.

Работа по визам и приглашениям велась параллельно стандартной турагентской деятельностью и наращиванию базы постоянных клиентов.

Также одной из специализаций компании стала организация индивидуальных туров за рубеж и по России. В связи с интересом клиентов из других городов к услугам по оформлению виз без тура, с конца 2008 года компания начала привлекать партнеров-турагентств из других городов.

В августе 2010 года компания была включена в федеральный реестр туроператоров и получила право самостоятельно организовывать туры по России.

В 2015 году взяли курс на расширение. В мае новый офис по программе франшизы открылся в Уссурийске. Летом 2017 года собственный офис открылся в Москве. Также есть филиалы в Находке, Артеме, Арсеньеве, Пограничном.

Для обеспечения стабильности работы, также есть представительства и офисы за пределами Российской Федерации.

Компания представляет широкий выбор популярных туров по странам Европы, Азии, России, СНГ, Африки.

Компания организывает туры по Приморью, морские прогулки, автобусные экскурсии, восхождения в горы и другие активные туры.

Турфирма «Диалог народов-1» является успешной, в категории «Услуги туристских агентств» по объему выручки занимает 93 место среди всех турфирм России, а также 55 место по стоимости бизнеса.

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

По виду собственности туристская компания «Диалог народов-1» является частной собственностью и имеет организационно-правовую форму – общество с ограниченной ответственностью.

Обществом с ограниченной ответственностью признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли.

Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей.

Сущностные черты, которые определяют содержание правил, регулирующих правовое положение общества с ограниченной ответственностью:

- 1) общество с ограниченной ответственностью является объединением лиц, в котором имеются элементы капиталистической организации;
- 2) общество с ограниченной ответственностью является закрытой корпорацией;
- 3) участники общества с ограниченной ответственностью не несут ответственности по обязательствам созданного ими юридического лица.

Единственным учредительным документом общества с ограниченной ответственностью является устав.

Минимальный объем сведений устава определен абз. 2 п. 3 ст. 89 ГК.

При создании общества с ограниченной ответственностью участники образуют уставный капитал, минимальный размер которого составляет 10 тысяч руб.

Реквизиты компании прилагаются в таблице 1.

Таблица 1 – Реквизиты компании «Диалог народов-1»

Полное наименование	Общество с ограниченной ответственностью «Диалог народов-1»
Сокращенное наименование	ООО «Диалог народов-1»
Юридический адрес	692756, Приморский край, г. Артем, ул. Орловская, д.67, к. 1, офис 217
Почтовый адрес	690091, Россия, Приморский край, г. Владивосток, ул. Светланская 9В
Телефон	8 (423) 241-22-88
Уставной капитал	15 000 рублей
ИНН/КПП	2536072258/ 250201001
ОГРН	1022501295486
БИК банка	040507871
ОКПО	47490460
ОКАТО	05701000
Директор	Белянина Евгения Михайловна Действует на основании Устава

В обществе с ограниченной ответственностью обязательными являются два органа: высший орган – общее собрание участников и исполнительный орган. Голосование на общем собрании осуществляется долями в уставном капитале (принцип пропорциональности), если уставом с соблюдением установленного законом порядка отдельным участникам не предоставлены дополнительные права. В отношении общего собрания участников общества с ограниченной ответственностью не применяется понятие «кворум», во всех случаях в соответствии с законом большинство считается от общего количества участников, а не от количества явившихся на собрание.

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

Уставной капитал общества составляется из вкладов его участников и определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников. Общество может быть добровольно ликвидировано или реорганизовано в акционерное общество или в производственный кооператив по единогласному решению его участников [3].

В Уставе ООО «Диалог народов-1» содержатся данные о его юридическом статусе, структуре, виде деятельности, участниках Общества, их правах и обязанностях. В этом документе расшифровывается информация о том, какой должен быть уставный капитал Общества, какие оно может принимать вклады, в каких случаях может производиться увеличение уставного капитала Общества: за счет вкладов участников Общества, за счет его имущества, а также за счет дополнительных вкладов его участников и вкладов третьих лиц, принимаемых в Общество.

Кроме этого, такая организация имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – это формальная система, которая определяет, как управляются и координируются различные функциональные направления, подразделения и индивиды в организации. Организационная структура определяет иерархические отношения между сотрудниками, структуру управления, потоки коммуникации, полномочия и обязанности сотрудников.

Организационная структура описывает, как различные части компании связаны друг с другом, как они взаимодействуют и какие роли они играют в достижении целей компании. Организационная структура может быть представлена в виде диаграммы, графика или другой визуальной формы.

Организационная структура может быть децентрализованной, когда полномочия распределены между разными отделами и менеджерами, или централизованной, когда управление и контроль находятся в одних руках. Также существует множество различных видов организационной структуры, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки, в зависимости от размеров и особенностей компании.

Взаимодействие подразделений в турфирме «Диалог народов-1» – это взаимодействие работников по решению поставленных задач. Здесь присутствует линейная структура управления. Она является простейшей. Все функции управления и подчинения сосредотачиваются у руководителя, создается вертикальная линия управления и прямой путь воздействия на подчиненных.

При такой схеме управления укрепляется единоначалие и личная ответственность, уменьшается возможность принятия противоречивых и несвязанных решений. Однако руководитель должен охватывать все стороны деятельности, т.е. должен быть универсальным

специалистом. Данная структура управления характеризуется четким единоначалием - каждый руководитель и каждый работник подчинены только одному вышестоящему лицу.

Схема организационной структуры туристской фирмы «Диалог народов-1» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия ООО «Диалог народов-1»

Управленческая структура ООО «Диалог народов-1» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственный, современный офис, полностью оснащенный необходимым техническим оборудованием и обширной информацией в виде буклетов, проспектов и наглядной информации.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Основным видом деятельности турфирмы «Диалог народов-1» является въездной и выездной туризм, а также компания занимается обслуживанием на территории РФ иностранных граждан из КНР, Японии, Южной Кореи. Туристская компания является членом Российской ассоциации туристских агентств.

ООО «Диалог народов-1» предоставляет клиентам разнообразный выбор направлений: индивидуальные и групповые туры, деловые поездки, оздоровительный туризм, активный отдых, пляжный туризм, круизы и многое другое.

Компания стремительно развивается на рынке туристских услуг Приморья. Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг. Основные туристские услуги регламентируются договором на туристское обслуживание и путевкой. К таким услугам относятся: размещение, питание, транспортные услуги, включая трансферт и экскурсионные услуги.

Предприятие ориентировано как на внутренний рынок (туры по России), так и международный (туры за границу). Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств, турцентров и других организаций, осуществляющих туристские услуги. Несмотря на высокую конкуренцию, данное предприятие является сильным игроком на рынке туруслуг, о чем говорит его долгая и насыщенная история.

Основные задачи турфирмы:

- 1) полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др. продвижение этой информации рекламным образом;
- 2) организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, также с использованием специфики и особенностей туристского рынка.

Основные виды деятельности:

- 1) деятельность туристских агентств;
- 2) регулярные перевозки пассажиров прочим сухопутным транспортом в городском и пригородном сообщении;
- 3) деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность;
- 4) регулярные перевозки пассажиров автобусами в международном сообщении;
- 5) деятельность страховых агентов и брокеров.

Предлагаемые услуги:

- 1) организация и продажа групповых и индивидуальных туров;
- 2) визовая поддержка;
- 3) оформление страховки;
- 4) организация морских круизов;
- 5) организация чартерных рейсов;
- 6) бронирование гостиниц;

- 7) предоставление трансфера;
- 8) помощь в подборе и бронирование авиабилетов;
- 9) продажа железнодорожных билетов.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что турфирма «Диалог народов-1» предоставляет все необходимые услуги для организации качественного тура. Сотрудничают только с надежными и проверенными организациями. Также предоставляют туры по всем популярным направлениям.

1.5 Перспективы развития предприятия

Для определения стратегических позиций предприятия, необходимо определить место предприятия на рынке. Одним из методов оценки позиции турфирмы «Диалог Народов» может быть факторный анализ (Таблица 2).

Важным аспектом этого метода является учет веса каждого фактора, что позволяет более точно оценить влияние различных переменных на общую картину.

Факторный анализ – раздел статистического многомерного анализа, объединяющий методы оценки размерности множества наблюдаемых переменных посредством исследования структуры ковариационных или корреляционных матриц.

Факторный анализ (ФА) представляет собой совокупность методов, которые на основе реально существующих связей анализируемых признаков, связей самих наблюдаемых объектов, позволяют выявлять скрытые (неявные, латентные) обобщающие характеристики организационной структуры и механизма развития изучаемых явлений, процессов.

Алгоритм проведения факторного анализа состоит из нескольких последовательных этапов:

- 1) процедура проведения факторного анализа состоит из четырёх этапов;
- 2) определить, какой показатель надо проанализировать и зачем;
- 3) выделить основные факторы, которые влияют на значение выбранного показателя и будут использоваться для анализа;
- 4) выполнить расчёты по каждому фактору в отдельности и оценить полученные результаты;
- 5) сформулировать практические выводы и план действий.

Таким образом, применение факторного анализа предоставляет ценную информацию для стратегического управления и позволяет турфирме «Диалог народов-1» более осознанно подходить к своим бизнес-решениям.

Таблица 2 – Сравнительный анализ конкурентов с учетом веса фактора компании «Диалог народов-1»

Приоритет выбора	Число туристов, отдавших предпочтение туристской фирме на основе данного приоритета, %	
	«Диалог народов-1»	«Чемодан»
Советы друзей и знакомых	52	48
Цена	55	45
Информация о туристской фирме в специальных справочниках и в Интернете	75	25
Набор предоставляемых услуг	55	45
Реклама	60	40
Личный опыт общения с организацией	90	10
Доброжелательность сотрудников фирмы	50	50
Хороший офис	65	35
Удобное месторасположение	55	45

По данным таблицы, определим приоритетные направления, которые, по нашему мнению, в большей степени будут влиять на повышение конкурентоспособности туристской организации.

Значительное влияние на спрос в сфере туристских услуг оказывают такие изменения в общественной психологии потребления, как:

- 1) информированность;
- 2) уровень образованности;
- 3) высокая требовательность к комфорту и качеству услуг.

Совокупность всех этих факторов определяет возникновение и характер поведенческих особенностей потребителей туристских услуг. Выбор туристской организацией наиболее эффективных средств по привлечению потребителя к туристскому продукту невозможен без четкой проработки самого процесса принятия решения о покупке туристского продукта потенциальным туристом. Решение потребителя о покупке туристского продукта предполагает оценку и выбор определенной услуги из альтернативного набора различных услуг, предлагаемых организациями индустрии туризма.

Исходя из опроса, можно сделать вывод, что турфирма «Диалог народов-1» на рынке туристских услуг в городе Владивосток занимает одно из лидирующих мест.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Диалог народов-1»

2.1 Анализ деятельности предприятия

В турфирме «Диалог народов» имеется стенд «Уголок туриста». Свободный подход к нему позволяет клиентам ознакомиться с информацией о предлагаемых услугах, различными туристским маршрутами, нормативными документами.

При желании клиента совершить путешествие заполняется бланк заявки. Турист заполняет заявку, в письменной форме излагая свои пожелания о бронируемом туре. Обработка заявки занимает 1–2 дня, после чего туристу предлагается несколько вариантов туристских программ согласно его требованиям и пожеланиям.

Когда турист выбирает конкретную туристскую программу заполняется Договор установленного образца (Приложение А), путёвка (Приложение Б), к путевке прилагается Информационный листок.

Это три основных документа, которые обязательно выдаются на руки клиенту компанией. Дополнительным документом является Памятка и рекомендации по поведению в стране/месте пребывания, в которых турист может узнать сведения о стране/месте, куда планирует отправиться, о таможенных правилах при пересечении границы, о правилах поведения в пути, на территории другой страны и др. Клиент обязательно должен пройти инструктаж, о чем он расписывается в специальном журнале.

Турфирма «Диалог народов-1» предлагает туры по различным направлениям: Азия (Вьетнам, Израиль, Индия, Индонезия, Иран, ОАЭ, Таиланд, Турция), Европа (Египет, Черногория), Китай (Шанхай, Байдахэ, Вэй Хай, Далянь, Мишань, Пекин, Санья, Суйфэньхэ, Харбин, Хуньчунь, Чаньчунь, Янцзы).

Обязательным в работе турфирмы является страхование лиц, выезжающих на маршрут. Страхование в «Диалог народов-1» осуществляет акционерное общество «Пирамида».

Также турфирма «Диалог народов-1» занимается оформлением виз в Китай. Виды виз, которые оформляет турфирма: туристская виза L, водительская китайская виза (С), студенческая китайская виза (X1/X2), морская китайская виза (G), рабочая китайская виза (Z), семейная виза, деловая виза.

Для клиентов предлагаются туристские услуги индивидуальные или групповые, предполагающие наличие сопровождающих или рассчитанные на самостоятельное пребывание туристов. Туры включают доставку к месту назначения, трансферы, размещение, питание, экскурсионное обслуживание. По желанию клиента некоторые услуги могут быть исключены из турпакета или добавлены.

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

Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств, турцентров и других организаций, осуществляющих туристские услуги. Несмотря на высокую конкуренцию, данное предприятие является сильным игроком на рынке туруслуг.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии

Культура предприятия

Сервис в компании ООО «Диалог народов-1» на высоком уровне. Квалифицированные сотрудники с вниманием относятся к индивидуальным и групповым заказам и используют современные компьютерные системы бронирования и продаж, организуют для любых клиентов поездки, в том числе по классу VIP.

Надежные связи с лучшими зарубежными туроператорами и выгодные контакты с авиакомпаниями и отелями позволяют обеспечить клиентов самым высоким уровнем сервиса по самым конкурентным ценам.

Коллектив компании «Диалог народов-1» – это сплоченная группа единомышленников, которая творчески разрабатывает маршруты и дорожит своей репутацией.

Каждое новое путешествие с компанией становится для туристов более интересным, чем предыдущее, и наполнено исключительно положительными эмоциями.

Менеджеры турфирмы ежегодно повышают свою квалификацию на специальных курсах и семинарах. А также имеют стаж работы в туризме, и знают свои должностные обязанности. Специфика работы коллектива предприятия состоит в том, что результатом работы является не продукт, а услуга.

Процесс обслуживания происходит с особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента. Индивидуальный характер туристского обслуживания обуславливает продолжительный контакт с потребителем.

Условия труда в компании ООО «Диалог народов-1» соответствуют всем принятым стандартам. Помещения для работы просторные, комфортные. Оборудование в офисах соответствует общепринятым российским и мировым стандартам. Все необходимое для работы персонала имеется у фирмы.

Взаимоотношения в данной компании персонала с клиентом являются одними из значимых факторов. Персонал должен знать: законодательные акты и нормативные документы в сфере туризма; формальности международных норм, а также правила оформления документов на выезд (въезд) из России; иностранный язык в объеме,

соответствующем выполняемой работе. Персонал должен уметь дать четкий, точный ответ на поставленный посетителем вопрос; владеть информацией, необходимой для потребителя и постоянно ее актуализировать; повышать свою квалификацию.

Этика поведения с посетителями: персонал должен быть приветливым и доброжелательным; начинать диалог с приветствия; приветливо улыбаться; быть терпеливым и вежливым; проявлять уважение к посетителю; иметь располагающий вид; уметь слушать; сводить к минимуму ожидание посетителей, способствовать тому, чтобы время ожидания не было утомительным; в присутствии посетителя не вести личных телефонных переговоров.

На уровень обслуживания клиентов при покупке тура влияют различные факторы:

- 1) наличие комфортабельного офиса и средств качественного обслуживания;
- 2) метод продажи;
- 3) квалификация персонала;
- 4) возможность формирования туруслуг по желанию клиента;
- 5) соблюдение установленных правил продажи;
- 6) степень использования средств внутрифирменной рекламы и информации;
- 7) внешний вид сотрудников, доброжелательность.

В процессе продажи любого товара, в том числе туристского продукта, значительное место принадлежит методу продажи. Под методом продажи следует понимать совокупность приемов осуществления всех основных операций, связанных с непосредственной реализацией турпродукта потребителем.

Выбор метода продажи предопределяет уровень и структуру технологического процесса обслуживания клиентов, существенно влияет на численность персонала туристского предприятия, размер его площадей, степень обеспеченности средствами коммуникации и информационными технологиями, величину расходов и другие показатели.

Стремясь к расширению сбыта, турфирмы используют разнообразные формы контакта с потенциальными потребителями:

- 1) личный контакт сотрудников турфирмы с клиентами может осуществляться в офисе или других местах нахождения возможных покупателей, с помощью переговоров по телефону;
- 2) косвенный контакт возможен в различных вариантах. Например, путем рассылки почтовых отправок (писем, рекламных проспектов и т.д.) потенциальным клиентам;
- 3) контакт через агентов.

2.3 Информационные технологии предприятия

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 турфирмы.

Можно выделить следующие уровни или этапы автоматизации:

- 1) офисная оргтехника (телефония, факсы, ксероксы);
- 2) компьютеры со стандартным программным обеспечением типа Microsoft Office;
- 3) специальное программное обеспечение – «Мастер-Тур».

В программном комплексе «Мастер-Тур» туры формируются из отдельных услуг, заказанных клиентом.

Составленный таким образом тур может стать частью другого, более сложного тура, что позволяет подобрать заказчику оптимальный вариант, не выходя из стандартных параметров программы.

Комплекс состоит из нескольких блоков:

- 1) конструктор туров (основной блок);
- 2) реализация турпродукта;
- 3) работа с партнерами;
- 4) блок администратора;
- 5) статистический;
- 6) справочный;
- 7) финансовый.

Основа коммуникаций для связи с клиентами:

- 1) телефонная связь – 8 423 241- 22- 88;
- 2) интернет сайт – Диалог народов – dialognarodov.ru;
- 3) электронная почта – dialognarodov@mail.ru;
- 4) аккаунты в социальных сетях – Telegram-канал, группа в ВКонтакте, группа в

WhatsApp.

Информационное обеспечение турфирмы «Диалог народов-1» играет ключевую роль в укреплении ее позиций на рынке туристских услуг.

Исходя из этого, можно сделать следующие выводы:

1) эффективное информационное обеспечение компании способствует повышению уровня удовлетворенности клиентов. Четкое и своевременное предоставление информации о турах, услугах, ценах, сроках и правилах путешествий позволяет клиентам чувствовать уверенность и комфорт при выборе и покупке тура;

2) репутация и узнаваемость турфирмы «Диалог народов-1» связана с качеством информационного обеспечения. Порталы, сайт компании, социальные сети, и другие каналы связи активно используются для предоставления клиентам необходимой информации о доступных турах, условиях поездок, специальных предложениях и т.д.;

3) информационная поддержка клиентов в процессе оформления и проведения путешествий способствует повышению лояльности аудитории. Быстрые ответы на вопросы, консультации, информационная поддержка в случае изменений планов поездок или возникновения проблем создают благоприятное впечатление и оцениваются клиентами положительно;

4) адаптация информационного обеспечения к потребностям и предпочтениям целевой аудитории позволяет турфирме эффективно конкурировать на рынке и привлекать новых клиентов.

Итак, качественное и профессиональное информационное обеспечение является важным элементом успеха турфирмы «Диалог народов-1» и способствует укреплению ее лидирующего положения на рынке туристских услуг в городе Владивосток.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение на рынке турфирмы «Диалог народов-1» и ее туристского продукта является важнейшим направлением маркетинга. Под продвижением понимается налаживание связей с реальными и потенциальными потребителями туристских услуг с целью их информирования о предлагаемых турпродуктах и побуждения к совершению покупки.

Подобные связи реализуются через такие каналы продвижения, как:

- 1) реклама в средствах массовой информации;
- 2) стимулирование продаж;
- 3) прямая продажа (прямой маркетинг);
- 4) не прямое предложения (организация культурных мероприятий, где распространяется информация о турах фирмы, куда приглашаются представители средств массовой информации).

Основными этапами работы по продвижению турпродукта являются:

- 1) планирование продвижения турпродукта на рынке;
- 2) выбор каналов продвижения и рекламных носителей;
- 3) составление рекламных обращений;
- 4) выполнение и оценка эффективности продвижения (коммуникаций), в том числе рекламы.

Современный рынок средств массовой информации представлен самыми разнообразными формами.

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

Реклама в средствах массовой информации является наиболее массовым каналом продвижения турпродукта на туристском рынке

4 Система обеспечения безопасности

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествия в туристской организации «Диалог народов-1».

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

Туристские услуги и условия их предоставления должны быть безопасными для жизни, здоровья и имущества туристов и окружающей среды [5].

В процессе оказания туристских услуг необходимо обеспечить приемлемый уровень риска для жизни, здоровья и имущества туристов (экскурсантов) при совершении путешествий.

Безопасность туристов при совершении путешествия распространяется на:

- 1) жизнь, здоровье, личную неприкосновенность туриста, включая физическое (телесное) и психическое (моральное) состояние, а также частную жизнь;
- 2) имущество туриста, в том числе предметы туристского снаряжения и инвентаря, багаж, предметы личного обихода и другие предметы, которые используются и (или) приобретены туристом во время путешествия.

Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия, включают в себя:

- 1) географические и природные особенности места пребывания туристов (морская, горная, пустынная местности, климат, наличие специфических животных и насекомых и т.д.);
- 2) культурную, социальную среду временного пребывания, особенности местной пищи, язык, культурные, религиозные и этнические традиции и т.д.;
- 3) особенности видов туристских путешествий (экстремальный туризм, спортивно-оздоровительный туризм и др.);
- 4) уровень качества и безопасности оказываемых услуг;
- 5) соблюдение туристами (экскурсантами) правил личной безопасности, в том числе законов, правил и традиций (культурных, религиозных и др.) страны (места) временного пребывания, санитарно-эпидемиологических норм и правил специальных предписаний, указаний и инструкций органов власти, специализированных служб МЧС, сопровождающих гидов и инструкторов-проводников, а также использование средств индивидуальной защиты.

Стандартом определено, что при проектировании тура и туристских услуг следует внимательно изучить всевозможные факторы риска и его источники, исследовать возможность и вероятность проявления данного источника на опасном для человека уровне,

подверженность человека воздействию источников опасности и, в конечном итоге, предусмотреть комплекс мер по защите здоровья и жизни туриста и его имущества.

Факторы риска в туризме стандартом классифицированы следующим образом:

- 1) травмоопасность;
- 2) воздействие окружающей среды;
- 3) пожароопасность;
- 4) биологические воздействия;
- 5) психофизиологические нагрузки;
- 6) опасность излучений;
- 7) химические воздействия;
- 8) повышенная запыленность и загазованность;
- 9) прочие факторы;
- 10) специфические факторы риска.

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

5.1 Планирование текущей деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

Планирование текущей деятельности является ключевым элементом эффективного управления персоналом в туристкой и гостиничной сферах. Оно позволяет оптимизировать рабочие процессы, повысить качество обслуживания клиентов и достичь поставленных целей.

Основные шаги планирования деятельности:

- 1) определение задач и целей. Постановка конкретных задач на день, неделю, месяц с учётом сезонности и спроса;
- 2) распределение обязанностей. Назначение ответственных за выполнение определённых функций в рамках службы;
- 3) оптимизация графиков работы. Составление смен, учёт загрузки и времени отдыха сотрудников;
- 4) контроль исполнения. Мониторинг выполнения поставленных задач и оперативное внесение корректировок;
- 5) анализ результативности. Оценка эффективности работы и выявление областей для улучшения.

Для успешной организации работы в туризме и гостеприимстве широко применяются современные технологии, которые способствуют автоматизации и повышению продуктивности.

Основные технические и программные инструменты:

- 1) системы бронирования (GDS, CRS) – автоматизируют процесс резервирования отелей, авиабилетов и экскурсий;
- 2) CRM-системы – помогают управлять взаимодействием с клиентами, вести историю запросов и повышать качество обслуживания;
- 3) телекоммуникационные средства – телефония, корпоративные мессенджеры, видеоконференцсвязь обеспечивают оперативную коммуникацию между сотрудниками и с клиентами;
- 4) программы для планирования смен и учёта рабочего времени – позволяют эффективно составлять графики и контролировать рабочий режим;
- 5) системы управления гостиницей (PMS) – обеспечивают комплексное управление всеми аспектами гостиничного бизнеса;
- 6) аналитические инструменты – помогают анализировать данные о продажах, загрузке и отзывах клиентов для принятия обоснованных управленческих решений.

Применение этих технологий способствует улучшению координации работы сотрудников, снижению ошибок и повышению уровня удовлетворённости клиентов.

5.2 Организация текущей деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

Организация работы сотрудников в туристских и гостиничных предприятиях важна для достижения высоких результатов. Это включает в себя несколько ключевых аспектов, направленных на оптимизацию процессов и улучшение клиентского сервиса.

Основные аспекты организации работы:

- 1) создание четкой структуры – формирование команды с ясными ролями и обязанностями, что упрощает взаимодействие и повышает эффективность;
- 2) регулярные собрания – проведение плановых встреч для обсуждения текущих задач, выявления проблем и поиска решений;
- 3) обучение и развитие – организация тренингов для повышения квалификации сотрудников, что способствует улучшению качества обслуживания;
- 4) использование технологий – применение специализированного ПО для управления задачами и мониторинга работы.

Обратная связь является важным инструментом для улучшения работы и удовлетворения потребностей клиентов. Для этого необходимо наладить систему взаимодействия и обмена информацией между службами.

Методы получения обратной связи:

- 1) регулярные отчеты – создание стандартов отчетности для контроля выполнения задач и определения проблемных областей;
- 2) анонимные опросы – проведение опросов среди сотрудников и клиентов для выявления мнений и предложений;
- 3) платформы для обратной связи – использование специальных инструментов, позволяющих собирать и обрабатывать отзывы в реальном времени;
- 4) фокус-группы – организация встреч с клиентами для обсуждения их опыта и ожиданий.

Маркетинговые исследования являются важным шагом для понимания рыночных тенденций и потребностей клиентов. Эти исследования помогают предприятиям оставаться конкурентоспособными и принимать обоснованные решения.

Основные этапы проведения исследований:

- 1) определение целей – ясное понимание, какие данные необходимы для анализа;
- 2) сбор данных – как первичных (опросы, интервью), так и вторичных (аналитика существующих данных, отчёты);

3) анализ информации – обработка собранных данных для выявления тенденций, потребностей и предпочтений клиентов;

4) разработка рекомендаций – на основе анализа создание стратегий для улучшения услуг и увеличения продаж;

5) мониторинг изменений – регулярная проверка результатов внедрения новых стратегий и корректировка действий на основе полученных данных.

Эти шаги позволяют предприятиям адаптироваться к меняющимся условиям рынка и оставаться в курсе потребностей их целевой аудитории.

5.3 Координация и контролировать деятельности сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства

Основные методы координации и контроля:

1) постановка задач – четкое определение задач и сроков их выполнения для каждого сотрудника;

2) мониторинг выполнения планов – регулярная проверка статуса выполнения задач с использованием КРІ (ключевых показателей эффективности);

3) командные собрания – организация регулярных встреч для обсуждения прогресса, проблем и согласования дальнейших действий;

4) обратная связь от сотрудников – поощрение открытого общения для выявления трудностей и получения предложений по улучшению.

Для успешной работы служб предприятий туризма и гостеприимства необходима четкая стратегия и план действий. Разработка плана целей помогает определить направления развития и гарантирует соответствие ожиданиям клиентов.

Этапы разработки плана целей:

1) анализ текущей ситуации – изучение внутренних и внешних условий, определение сильных и слабых сторон;

2) формулирование краткосрочных и долгосрочных целей – определение конкретных, измеримых, достижимых, релевантных и временных (SMART) целей;

3) разработка стратегий достижения целей – планирование конкретных действий и ресурсов, необходимых для реализации заданных целей;

4) определение критериев успеха – создание системы показателей для отслеживания прогресса и оценки достижения целей;

5) регулярный пересмотр плана – адаптация целей и стратегий на основе изменения рыночной ситуации и обратной связи от сотрудников и клиентов. Эти шаги позволят службам лучше организовать свою деятельность и повысить уровень обслуживания клиентов, что в свою очередь скажется на успешности предприятия в целом.

5.4 Осуществление расчетов с потребителями за предоставленные услуги

Для эффективного взаимодействия с клиентами и обеспечения их удовлетворенности важно наладить процессы расчета за услуги. Это включает в себя ряд задач, связанных с оформлением документов и обеспечением прозрачности расчетов.

Основные аспекты расчетов:

- 1) выставление счетов – формирование счетов на оплату, которые четко отображают предоставленные услуги и их стоимость;
- 2) проблемы с оплатой – оперативное решение вопросов, связанных с задержками или ошибками при расчетах;
- 3) механизмы возврата средств – наличие удобных способов для возврата средств в случаях отмены услуг или недовольства клиентов.

Современные системы управления позволяют эффективно автоматизировать процессы расчетов и предоставления услуг. Важно уделять внимание обучению сотрудников работе с этими инструментами.

Основные направления обучения:

- 1) общие функции программ – освоение базовых функций и возможностей, таких как создание счетов, учет оплат и управление клиентской базой;
- 2) специальные модули – изучение дополнительных модулей, которые могут улучшить процессы, например, модули для управления бронированиями или отчетами;
- 3) практические тренировки – постоянная практика и решение реальных задач для закрепления навыков.

Клиенты должны быть хорошо информированы о предлагаемых услугах и мерах безопасности. Это поможет повысить уровень доверия и удовлетворенности.

Ключевые аспекты информирования:

- 1) подготовка информационных материалов – создание буклетов, презентаций и электронных ресурсов с описанием услуг и правил безопасности;
- 2) тренировка общения с клиентами – отработка навыков вежливого и понятного объяснения информации, а также ответов на вопросы клиентов;
- 3) обратная связь – сбор отзывов от клиентов о качестве предоставленной информации и ее доступности.

Правильное оформление счетов и подтверждений является важным этапом в процессе предоставления услуг.

Основные шаги оформления:

- 1) создание счета – разработка шаблонов для счетов с указанием всех необходимых реквизитов;

2) предоставление разных способов оплаты – обеспечение клиентам возможности оплачивать услуги как полностью, так и частично;

3) подтверждение предоставленных услуг – отправка подтверждающих документов клиенту после получения оплаты или подтверждения бронирования.

5.5 Оформление и обработка заказов клиентов

Основные этапы оформления заказа:

1) регистрация заказа – создание системы, позволяющей удобно и быстро фиксировать все поступившие заказы;

2) оперативная обработка – быстрое реагирование на каждый заказ, проверка его актуальности и доступности услуг;

3) подтверждение заказа – информирование клиента о том, что его заказ принят, и предоставление необходимой информации (сроки выполнения, стоимость).

Точная калькуляция стоимости услуг помогает установить прозрачные условия для клиентов, а также избежать недоразумений.

Процесс калькуляции:

1) анализ услуг – оценка стоимости каждой услуги с учетом всех затрат и потенциальной прибыли;

2) создание калькуляционных таблиц – разработка удобных для использования таблиц или программ для автоматизации расчета цен;

3) информирование клиентов – четкое объяснение клиентам, какие факторы влияют на цену, и предоставление различных вариантов на выбор.

Обработка заявок требует владения как русским, так и иностранными языками, что позволяет расширить клиентскую базу и улучшить качество обслуживания.

Ключевые моменты приема заявки:

1) многоязычность – обучение персонала основам общения на иностранных языках для успешного взаимодействия с иностранными клиентами;

2) разные каналы связи – обеспечить возможность заказа услуг как по телефону, так и через факс или интернет (например, веб-формы или мессенджеры);

3) документация заявок – ведение записей о всех принятых заявках для дальнейшего анализа и контроля качества услуг.

Гибкость в работе с заказами повысит уровень удовлетворенности клиентов и поможет удержать их.

Процесс внесения изменений:

1) обработка запросов на изменения – быстрое реагирование на запросы клиентов о внесении изменений в заказ (изменение даты, количества услуг и т.д.);

2) информирование клиента – уведомление клиентов о статусе их запросов и подтверждение внесенных изменений;

3) управление документами – корректировка всех сопутствующих документов, таких как счета и подтверждения, чтобы они соответствовали обновленной информации.

5.6 Координация работы по реализации заказа

Эффективная координация в работе с заказами способствует успешному выполнению всех этапов обслуживания клиентов и обеспечивает высокое качество предоставляемых услуг.

Основные аспекты координации:

1) командная работа – налаживание взаимодействия между различными департаментами (продажи, логистика, служба поддержки) для слаженной работы;

2) проверка статуса заказа – регулярное отслеживание хода выполнения заказов и выявление возможных проблем на ранней стадии;

3) обратная связь – поддержание связи с клиентами для информирования их о статусе исполнения их заказов и решениях возникающих вопросов.

Корректное и своевременное оформление заявок является фундаментальной частью работы с клиентами, позволяющей избежать ошибок и недопонимания.

Этапы оформления заявок:

1) создание стандартных форм – разработка унифицированных форм для оформления заявок, чтобы ускорить процесс и исключить ошибки;

2) регистрация всех заявок – фиксирование всех поступивших заявок в единую базу данных для удобства работы и контроля;

3) подтверждение оформления – отправка клиенту подтверждающего письма или сообщения о том, что заявка принята и обрабатывается.

Создание туристского продукта включает в себя разработку уникальных предложений, которые могут удовлетворить интересы и потребности клиентов.

Ключевые шаги формирования продукта:

1) исследование рынка – анализ текущих тенденций, потребительских предпочтений и конкурентов для создания привлекательного продукта;

2) компоновка услуг – объединение различных услуг (транспорт, проживание, экскурсии) в один пакет, который будет интересен клиентам;

3) промоция и продажа – разработка маркетинговых стратегий для продвижения туристского продукта и активное предложение его клиентам.

Эти шаги помогут успешно реализовать заказы и создать качественные туристские предложения, что в свою очередь повысит уровень удовлетворенности клиентов и укрепит репутацию компании

6 Индивидуальное задание

Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг

Маркетинговые исследования рынка туристских услуг – это комплексный процесс, который включает в себя сбор, анализ и интерпретацию данных, связанных с потребительскими предпочтениями, конкурентной средой и трендами в индустрии туризма. В условиях быстро меняющегося рынка, где потребности клиентов могут изменяться в зависимости от экономических, социальных и технологических факторов, проведение таких исследований становится особенно актуальным.

Маркетинговые исследования помогают туристским компаниям:

- 1) понять потребности клиентов, изучить предпочтения и ожидания клиентов, позволяют компаниям предлагать более персонализированные и привлекательные туристские продукты;
- 2) оценить конкурентную среду. Анализ конкурентов помогает выявить их сильные и слабые стороны, что дает возможность разработать стратегии, которые позволят выделиться на фоне других игроков;
- 3) выявить новые возможности. Исследования могут помочь определить новые ниши на рынке или потенциальные направления для роста, такие как экотуризм, гастрономические туры;
- 4) Оптимизировать маркетинговые стратегии. Понимание того, какие каналы коммуникации и рекламные сообщения работают лучше всего, позволяет более эффективно распределять бюджет и усилия.

Этапы проведения маркетинговых исследований:

- 1) определение целей и задач исследования. Перед началом исследования необходимо четко сформулировать его цели это может быть изучение уровня удовлетворенности клиентов, анализ новых трендов или оценка эффективности рекламных кампаний. Четкое понимание целей поможет сосредоточиться на наиболее важных аспектах;
- 2) сбор данных. Сбор данных можно разделить на первичные и вторичные исследования. Первичные исследования: опросы и анкеты, разработка структурированных опросов, которые могут быть распространены среди клиентов через электронную почту, социальные сети или непосредственно в офисах компании. Вопросы могут касаться предпочтений по направлениям, уровням сервиса, ценовой категории и т.д. Фокус-группы – организация встреч с небольшими группами потенциальных клиентов для

обсуждения их ожиданий и предпочтений. Это позволяет получить более глубокую информацию о мотивации и поведении клиентов. Наблюдение – изучение поведения клиентов в реальных условиях, например, в туристских агентствах или на выставках. Наблюдение за тем, какие услуги привлекают внимание, может дать ценные инсайты. Вторичные исследования: анализ существующих данных, использование уже доступных отчетов, статистических данных и исследований, проведенных другими организациями. Это может включать данные от государственных органов, ассоциаций туризма и исследовательских компаний. Анализ конкурентов, изучение веб-сайтов конкурентов, их маркетинговых материалов и отзывов клиентов для понимания их стратегий и предложений;

3) анализ собранных данных. После сбора данных необходимо провести их анализ.

Качественный анализ включает в себя выявление основных тем и паттернов из открытых ответов респондентов. Количественный анализ предполагает использование статистических методов для обработки числовых данных, таких как расчет средних значений, стандартных отклонений и корреляций;

4) интерпретация результатов. На этом этапе важно правильно интерпретировать полученные данные. Необходимо определить ключевые выводы и понять, как они могут повлиять на бизнес-стратегию компании. Например, если исследование показало высокий интерес к экотуризму среди целевой аудитории, это может стать основой для разработки новых предложений. разработка рекомендаций;

5) На основе анализа необходимо разработать конкретные рекомендации для бизнеса.

Это могут быть предложения по созданию новых туристских продуктов, изменениям в ценовой политике или улучшениям в клиентском сервисе. Рекомендации должны быть четкими и реалистичными, чтобы их можно было легко внедрить;

6) внедрение изменений и мониторинг результатов. После разработки рекомендаций важно внедрить их в практику и следить за результатами. Это может включать запуск новых продуктов, изменение маркетинговых стратегий или улучшение обслуживания клиентов. Регулярный мониторинг позволит оценить эффективность изменений и при необходимости скорректировать стратегию.

Современные технологии значительно изменили подходы к проведению маркетинговых исследований. Использование больших данных, анализ больших объемов данных позволяет выявлять скрытые паттерны поведения клиентов и прогнозировать их потребности.

Социальные сети, платформы социальных медиа становятся важным источником информации о предпочтениях клиентов. Мониторинг упоминаний бренда или анализа отзывов может дать ценную информацию о репутации компании.

Мобильные технологии, с увеличением использования мобильных устройств важно учитывать поведение пользователей на мобильных платформах при проведении исследований.

Индивидуализация, все больше компаний стремятся к персонализации своих предложений на основе полученных данных о клиентах.

Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг – это неотъемлемая часть успешного управления туристским бизнесом. Оно позволяет компаниям лучше понимать своих клиентов, адаптироваться к изменениям на рынке и находить новые возможности для роста. В условиях высокой конкуренции и быстроменяющегося спроса на туристские услуги качественные исследования становятся залогом долгосрочного успеха и устойчивого развития компании.

Проведение маркетинговых исследований в турфирме «Диалог народов-1» позволили компании укрепить имеющиеся позиции на рынке, выйти на новый сегмент и получить значительные преимущества в конкурентной борьбе.

Внедрение данных разработок позволило получать конкурентные преимущества, снизить финансовые риски и оценить рыночную ситуацию, а также координировать реализацию стратегии, повышать эффективность деятельности и поддерживать уровень доверия потребителей к предприятию и предлагаемым им услугам.

Проведение маркетинговых исследований рынка экскурсионных услуг является важным инструментом для понимания динамики этого сектора.

Компании, способные адаптироваться к меняющимся потребностям клиентов и предлагать уникальные решения, смогут занять лидирующие позиции на рынке. В условиях постоянного изменения предпочтений потребителей только те компании, которые активно исследуют рынок и внедряют полученные знания в свою практику, смогут добиться успеха в долгосрочной перспективе.

Заключение

Производственная практика по профилю специальности, охватывающая профессиональные модули, оказалась значительным этапом в становлении профессиональных компетенций. Главной целью данной практики являлось не только формирование общих и профессиональных навыков, соответствующих требованиям рынка, но и приобретение практического опыта, который непосредственно связан с реальной деятельностью туристских предприятий.

Во время работы в туристской фирме ООО «Диалог народов-1» была уникальная возможность ознакомиться с разнообразными аспектами функционирования туристской индустрии.

Задачи практики были направлены на изучение специфических организационных процессов, что помогло понять, как управляются функциональные подразделения и как предоставляются услуги, связанные с туроператорской и турагентской деятельностью. Такой подход способствует созданию глубокого и комплексного представления о работе туристского предприятия.

Одним из ключевых аспектов практики стало освоение навыков работы с информацией и документами. Это позволило научиться собирать и обобщать данные о деятельности фирмы, а также организовывать работу сотрудников. Применение на практике таких навыков, как внимательность и кропотливость в работе с документацией, способствует снижению ошибок и повышению общей эффективности работы.

Кроме того, сотрудники турфирмы дали возможность развить навыки командной работы и взаимодействия. Личностные качества, необходимые для успешного сотрудничества в группе, такие как ответственность, инициативность и способность к компромиссу, становились неотъемлемой частью профессионального роста.

Итогом производственной практики стал не только сбор, обобщение и систематизация материалов для отчета, но и обогащение профессионального опыта, что значимо для дальнейшей карьеры в сфере туризма и гостеприимства.

Полученные знания и навыки создали устойчивую основу для трудоустройства и дальнейшего обучения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Винокуров Михаил Алексеевич. Что такое туризм? Текст научной статьи по специальности «Прочие социальные науки». – Тип доступа – <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-turizm/> (Дата обращения 06.04.2025).
- 2 Официальный сайт туристской компании ООО «Диалог народов» - Электронный ресурс – Тип доступа – <https://dialognarodov.ru/tours/> (Дата обращения 10.04.2025).
- 3 Квартальнов В.А. Туризм: учебник для образовательных учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов - Москва.: Финансы и статистика, 2020. – 315 с.
- 4 Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие Н.А. Агешкина. – Москва: ИНФРА-М, 2021. – 525 с.
- 5 Туристские услуги. Общие требования: ГОСТ Р 50690 – 2010. – Москва: Изд-во стандартов, 2017. – 50 с.
- 6 Туризм на Дальнем Востоке: бизнес, инвестиционные стратегии, образование и экология. // Материалы региональной научно – практической конференции. – Владивосток: ДВГАЭУ, 2020. – 310 с.
- 7 Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса. Нормативно-правовые документы: Учебное пособие / Под ред. В.Н. Акишина. – Москва: Финстатинформ, 2019. – 490 с.
- 8 Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 года №132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (посл. ред. от 01.04.2020) – 252 с.
- 9 Национальный стандарт российской федерации. Гост р 7.0.100–2018 – Москва: Изд-во стандартов, 2018. – 60 с.
- 10 Безопасность в туризме: учебно-методическое пособие / сост. С. Ю. Махов. – Орел: МАБИВ, 2020. – 130 с.
- 11 Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник, 3-е изд., перераб./ Абаев А.Л., Алексунин В.А., Гуриева М.Т. Под ред. Абаева А.Л., Алексунина В.А. – М.: Дашков и К, 2021. – 433 с.
- 12 Воронцова М.В. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 251 с.

Приложение А
(Обязательное)
Договор
о реализации туристского продукта
Договор №
о реализации туристского продукта

« » _____ 2025г.

Общество с ограниченной ответственностью ООО «Диалог народов-1» (ООО «Диалог народов-1») в лице директора Беляниной Е.М. действующее на основании Устава, именуемое в дальнейшем ИСПОЛНИТЕЛЬ, с одной стороны _____ от своего имени, именуемый(ая) в дальнейшем ЗАКАЗЧИК, с другой стороны, вместе именуемые СТОРОНЫ, заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. На условиях и в сроки, установленные настоящим Договором, ИСПОЛНИТЕЛЬ, являющийся агентом Туроператора, обязуется реализовать ЗАКАЗЧИКУ и/или иным туристам, указанным в п. 1.3 настоящего Договора, комплекс туристских услуг, оказываемых Туроператором, предусмотренных п. 1.2 настоящего Договора (далее – Туристский продукт), а ЗАКАЗЧИК обязуется оплатить Туристский продукт.

1.2.1 Туристский продукт (Тур) реализуется на следующих условиях:

Предметом настоящего договора является организация тура по маршруту:

1.2.2. Срок поездки:

Место вылета:

Классификации принятой в стране пребывания, что не всегда соответствует международным стандартам, поэтому обратите внимание на комплекс сервисных услуг)

1.2.3 ЗАКАЗЧИК и/или Турист информирован (о чем свидетельствует подпись в договоре), что в непосредственной близости от места проживания могут вестись строительные, инженерные работы, возводиться/находиться коммуникации и оборудования, могут располагаться магазины, рестораны, дискотеки, автостоянки, другие организации, могут проходить пешеходные, автомобильные, железные дороги и т. д., в результате чего возможно возникновение нежелательных шумов, визуальных эффектов, запахов, вибраций и т.д. Поскольку данные явления находятся вне сферы компетенции ИСПОЛНИТЕЛЯ, последняя не несет за них ответственности.

1.2.4 Настоящим ЗАКАЗЧИК и/или турист уведомлен, что в случае в отеле (гостинице) номеров одной категории с разным уровнем комфортности (вид из окна, площадь номера и т.п.), проведение ремонтных работ непосредственно в отеле (гостинице) ИСПОЛНИТЕЛЬ не может повлиять на порядок размещения туристов или нести действия за сотрудников отеля (гостиницы). Поскольку данные обстоятельства находятся вне сферы компетенции ИСПОЛНИТЕЛЯ, последний не несет за них ответственности.

1.2.5 Экскурсии:

1.2.6 Гид:

1.2.7 Питание:

1.2.8 Виза:

1.2.9 Руководитель группы:

1.2.10 Страхование:

2.1 Исполнитель настоящего договора является Турагент, поименованного в п.2.2. настоящего Договора, и действует при реализации Туристского продукта от имени туроператора.

Сведения о Турагенте:

Наименование: ООО «Диалог народов-1».

адрес места нахождения: г. Владивосток, ул. Светланская 9в . реестровый номер: РТО 000674 2.2 Туроператором, оказывающим ЗАКАЗЧИКУ услуги по Договору, является следующее юридическое лицо:

полное и сокращенное наименования: Общество с ограниченной ответственностью «ООО Библио-Глобус Туроператор»

Фактический адрес: 191002, г. Санкт-Петербург, ул. Марата, д. 47-49, лит. А, оф. 503-1 620026
 реестровый номер: РТОО11710 официальный WEB-сайт в сети Интернет: <https://www.bgoperator.ru/>
 Финансовым обеспечением Туроператора по исполнению обязательств по договорам о реализации туристского продукта, заключаемых ИСПОЛНИТЕЛЕМ с туристами и/или иными заказчиками является Договор страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта на основании договора страхования гражданской ответственности туроператора № 24000В6000630 от 07/02/2024

Срок действия финансового обеспечения: с 01/05/2024 по 30/04/2025 на сумму 250 000 000 рублей (двести пятьдесят миллионов) рублей. Страховщик – Страховое АО "ВСК" нахождения: 121614, г Москва, Крылатское р-н, ул Островная, д 4

2. Порядок реализации Туристского продукта (Тура)

3.1. Обязанности ИСПОЛНИТЕЛЯ предоставить ЗАКАЗЧИКУ Туристский продукт, поименованный в п. 1.2 настоящего Договора, возникает с момента подтверждения Туроператором бронирования данного Туристского продукта для туристов, указанных в п. 1.3 настоящего Договора. До момента подтверждения бронирования настоящий Договор заключен под отлагательным условием подтверждения бронирования Туристского продукта Туроператором.

3.2. Для получения подтверждения бронирования Туристского продукта ИСПОЛНИТЕЛЬ обязан направить Туроператору заявку на бронирование.

Для оформления такой заявки и дальнейшего исполнения ИСПОЛНИТЕЛЕМ настоящего Договора ЗАКАЗЧИК обязан заблаговременно предоставить ИСПОЛНИТЕЛЮ, но не позднее срока, рекомендованного ИСПОЛНИТЕЛЕМ и/или Туроператором в зависимости от маршрута путешествия и места временного пребывания, документы (загранпаспорт, фотографии, доверенности, анкетные данные и другие документы) для оформления выездной/ въездной визы (при необходимости). ЗАКАЗЧИК несет риск неблагоприятных последствий и ответственность за надлежащее состояние всех документов, в том числе паспортов и сроков их действия, доверенностей, наличие загранпаспортов у детей, либо наличие фотографий детей, вписанных в паспорт родителей, а также в случае, если ЗАКАЗЧИК предоставляет документы для оформления выездной/ въездной визы позднее срока, рекомендованного ИСПОЛНИТЕЛЕМ и/или Туроператором.

В случае изменения Туристского продукта по инициативе ЗАКАЗЧИКА до момента подтверждения бронирования Туроператором, включая изменение дат вылета, типа размещения, отеля, ЗАКАЗЧИК обязан возместить ИСПОЛНИТЕЛЮ фактически понесенные расходы. Если для подтверждения бронирования Туроператором действуют специальные правила аннуляции (отказа) на периоды высокого спроса, то они приводятся в отдельном приложении к настоящему Договору.

3.3. При не подтверждении заявки ИСПОЛНИТЕЛЯ на бронирование Туристского продукта Туроператором в течение 48 часов с момента подписания СТОРОНАМИ настоящего Договора права и обязанности СТОРОН по настоящему Договору не возникают, и ЗАКАЗЧИКУ полностью возвращаются денежные средства, внесенные им согласно п. 5.2 настоящего Договора.

3.4. При наличии подтверждения заявки ИСПОЛНИТЕЛЯ на бронирование Туристского продукта со стороны Туроператора ИСПОЛНИТЕЛЬ обязуется предоставить ЗАКАЗЧИКУ Туристский продукт при условии полной оплаты ЗАКАЗЧИКОМ его стоимости в соответствии со п. 5.3. настоящего Договора.

4. Порядок оказания услуг. Права и обязанности Сторон

4.1. Настоящим ЗАКАЗЧИК подтверждает, что ему предоставлена полная необходимая информация о Туристском продукте, обеспечивающая ему возможность правильного выбора, в том числе: о потребительских свойствах Туристского продукта - о программе пребывания, маршруте и об условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории) и питания, услугах по перевозке туриста в стране (месте) временного пребывания, о наличии экскурсовода (гида), гида-переводчика, инструктора-проводника, а

также о дополнительных услугах; о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и пребывания там, об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей среды; об основных документах, необходимых для въезда в страну (место) временного пребывания и выезда

из страны (места) временного пребывания; о 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 турист может встретиться при совершении путешествия, в том числе о необходимости проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями, если турист предполагает совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой он может подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний; 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 турист 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 туриста; 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; об иных особенностях путешествия.

Кроме того, Заказчику предоставлена полная информация о размерах штрафов, выставляемых ИСПОЛНИТЕЛЮ контрагентами в зависимости от количества календарных дней со дня получения ИСПОЛНИТЕЛЕМ извещения ЗАКАЗЧИКА о расторжении настоящего договора о реализации туристического продукта, до даты начала тура

Указанную в п. 4.1 настоящего договора, информацию, ЗАКАЗЧИК обязан довести до сведения туристов, в интересах которых он заключил настоящий договор, в полном объеме, в каком она была представлена ЗАКАЗЧИКУ ИСПОЛНИТЕЛЕМ.

4.2. ИСПОЛНИТЕЛЬ обязан передать ЗАКАЗЧИКУ и/или иным туристам сопроводительные документы, необходимые для реализации услуг, входящих в Туристский продукт.

Сопроводительные документы передаются при условии полной оплаты Туристского продукта в офисе ИСПОЛНИТЕЛЯ не позднее 24 часов до начала путешествия, или при наличии согласия ЗАКАЗЧИКА в месте начала маршрута путешествия (аэропорт – зал вылета, ж/д вокзал и пр.) не позднее, чем за 2 (два) часа до времени выезда (вылета).

В комплект сопроводительных документов входят: ваучер(ы) для проживания туристов в отелях, ваучеры для трансферов, экскурсионного и иного обслуживания, информационные памятки о стране, месте пребывания и условиях безопасности, а также авиабилет(-ы) и страховой(-ые) полис(-ы), согласно программе пребывания.

4.3. Документы на оформление визы принимаются ИСПОЛНИТЕЛЕМ при условии поступления полной оплаты Туристского продукта от ЗАКАЗЧИКА.

4.4. Настоящим ЗАКАЗЧИК подтверждает, что он ознакомлен с каталогами, в которых представлены сведения об отелях (местах размещения), памяткой по стране пребывания, правилами перевозок, установленными соответствующим перевозчиком, правилами страхования, установленными соответствующей страховой компанией. ЗАКАЗЧИК проинформирован о последствиях нарушения правил перевозки, осуществления Тура, нахождения в стране пребывания, пересечения государственной границы и других условиях Туристского продукта и обязан довести эту информацию до сведения

туристов, в интересах которых он заключил настоящий договор, в полном объеме, полученном от ИСПОЛНИТЕЛЯ.

4.5. Настоящим ЗАКАЗЧИК подтверждает, что ему разъяснены условия страхования и порядок действий в случае возникновения страховых случаев. Условия страхования и порядок действий в

случае возникновения страховых случаев указываются, в том числе, но, не ограничиваясь, в страховом полисе.

4.6. ЗАКАЗЧИК обязан своевременно предоставить ИСПОЛНИТЕЛЮ полный комплект документов, необходимых для оформления выездных/въездных виз, и иных необходимых документов. Обязательным условием приобретения Туристского продукта и/или отдельной туристской услуги является наличие у ЗАКАЗЧИКА действительного для въезда/выезда и соответствующего законодательству Российской Федерации заграничного паспорта. ИСПОЛНИТЕЛЬ не проводит экспертизу выездных документов ЗАКАЗЧИКА.

4.7. Настоящим ЗАКАЗЧИК дает согласие на обработку и передачу его персональных данных согласно требованиям Федерального закона Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» и Федерального закона Российской Федерации от 27 июля 2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации». Так же ЗАКАЗЧИК подтверждает о согласии туристов, указанных в п. 1.3 настоящего договора на обработку и передачу его персональных данных согласно требованиям Федерального закона Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ «О персональных данных» и Федерального закона Российской Федерации от 27 июля 2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и защите информации». ИСПОЛНИТЕЛЬ обязан использовать персональные данные ЗАКАЗЧИКА и (или) туриста (тов) исключительно в целях исполнения настоящего Договора. ИСПОЛНИТЕЛЬ принимает необходимые меры по обеспечению безопасности информации о полученных ИСПОЛНИТЕЛЕМ в процессе оказания услуг, персональных данных ЗАКАЗЧИКА, в том числе при их обработке и использовании.

4.8. ЗАКАЗЧИК и (или) турист (ты) обязан (ны) своевременно прибыть в пункт начала путешествия согласно данным приобретенного Туристского продукта. Опоздание или неявка ЗАКАЗЧИКА и (или) туриста (тов) в пункт начала путешествия по любым причинам считается отказом ЗАКАЗЧИКА и (или) туриста (тов) от Туристского продукта.

4.9. ЗАКАЗЧИК и (или) турист (ты) обязан (ны) за сутки до вылета уточнить у ИСПОЛНИТЕЛЯ время и аэропорт вылета (или иного пункта начала путешествия).

4.10. ЗАКАЗЧИК и иные туристы обязаны соблюдать пограничные и таможенные правила Российской Федерации и страны путешествия, правила авиакомпаний по перелету и перевозке багажа, правила общественного поведения и законодательство в стране путешествия, правила проживания в отеле. ИСПОЛНИТЕЛЬ не несет ответственность при нарушении ЗАКАЗЧИКОМ указанных правил.

4.11. Услуги по страхованию, перевозке и выдаче визы осуществляют соответственно перевозчик, страховщик (страховая компания) и посольство (консульство). Туроператор в этом случае действуют от имени и за счет ЗАКАЗЧИКА и/или иного туриста. Туроператор и исполнитель не несут ответственность за действия страховщика, перевозчика и посольства (консульства).

4.12. Сроки Тура исчисляются в днях, началом Тура (маршрута путешествия) является момент регистрации билетов на самолет (ж/д транспорт или иной вид транспорта).

4.13. Заселение в забронированный номер в отеле осуществляется после 14-00 по местному времени. ЗАКАЗЧИК обязан освободить номер в отеле до 12-00 по местному времени (расчетный час).

4.14. ЗАКАЗЧИК обязан производить за свой счет расходы, связанные с перевозкой сверхнормативного багажа, освободить номер в отеле в последний день пребывания до расчетного часа, оплатить счета за услуги, предоставляемые отелем и не входящие в Туристский продукт.

4.15. Изменение ЗАКАЗЧИКОМ программы во время Тура, рассматривается как аннуляция ранее забронированного и оплаченного Туристского продукта и все вновь приобретенные услуги оплачиваются ЗАКАЗЧИКОМ на месте по индивидуальным тарифам.

4.16. ЗАКАЗЧИКУ не возвращаются денежные средства, если турист и/или ЗАКАЗЧИК по своему усмотрению или в связи со своими интересами не воспользовался всеми или частью предоставленных услуг.

4.17. В случае незаконного пребывания ЗАКАЗЧИКА и/или туриста(ов), указанного(ых) в п.1.3. настоящего Договора, на территории страны пребывания и/или депортации его (их) из страны пребывания, содержанием в стране пребывания до депортации, то ЗАКАЗЧИК и/или турист(ы)

обязаны возместить все расходы, которые могут появиться в этой связи у ИСПОЛНИТЕЛЯ и Туроператора.

Данное условие ЗАКАЗЧИК обязуется довести до сведения туристов, указанных в п.1.3. настоящего Договора.

4.1.8. Заказчик и/или турист самостоятельно принимать меры по сохранности своего багажа и личных вещей на период всего срока туристической поездки.

5. Стоимость Туристского продукта и порядок оплаты

5.1 Стоимость Туристского продукта (Тура) на дату заключения настоящего Договора составляет (_____) рублей. Заказчиком внесено _____ (____) рублей. Заказчик обязуется внести оставшуюся сумму в срок, предусмотренный исполнителем, в пересчете по курсу на момент доплаты. Невнесение ЗАКАЗЧИКОМ оплаты в срок, предусмотренный п. 5.2 настоящего Договора является основанием для расторжения Договора ИСПОЛНИТЕЛЕМ в одностороннем порядке. Срок оплаты и стоимость Туристского продукта может быть изменена по письменному соглашению СТОРОН.

6. Условия аннулирования заявки на бронирование Туристского продукта

6.1. ЗАКАЗЧИК имеет право аннулировать подтвержденную Туроператором заявку (отказаться от исполнения Договора) на бронирование Туристского продукта путем письменного уведомления ИСПОЛНИТЕЛЯ.

В этом случае ИСПОЛНИТЕЛЬ возвращает ЗАКАЗЧИКУ полученные от последнего денежные средства (в случае произведенной оплаты) за вычетом фактически понесенных расходов ИСПОЛНИТЕЛЯ и/или Туроператора, связанных с выполнением настоящего Договора.

Фактически понесенные расходы определяются с учетом договорных обязательств ИСПОЛНИТЕЛЯ и Туроператора перед третьими лицами (контрагентами). Фактические понесенные расходы ИСПОЛНИТЕЛЯ и/или Туроператора включают в себя любые расходы Исполнителя и/или Туроператора, связанные с организацией данного тура, в том числе суммы штрафов и (или) суммы компенсации убытков, подлежащих оплате ИСПОЛНИТЕЛЕМ и Туроператором своим контрагентам, и зависят от количества календарных дней со дня получения ИСПОЛНИТЕЛЕМ извещения ЗАКАЗЧИКА о расторжении договора до даты начала тура.

6.2. ИСПОЛНИТЕЛЬ и/или Туроператор вправе аннулировать подтвержденный Туристский продукт в случае невозможности исполнения (в том числе, отмены рейса авиакомпанией), а также по иным объективным обстоятельствам.

7. Срок действия, порядок изменения и расторжения настоящего Договора

7.1. Настоящий Договор заключен под отлагательным условием в соответствии с п. 3.1 Договора. Права и обязанности СТОРОН по настоящему Договору возникают с момента подтверждения Туроператором бронирования Туристского продукта.

7.2 Настоящий Договор действует до момента окончания путешествия либо до срока оказания последней услуги, включенной в подтвержденный Туристский продукт.

7.3. В случае нарушения ЗАКАЗЧИКОМ порядка оплаты Туристского продукта, определенног оп.п. 5.2-5.3 настоящего Договора, ИСПОЛНИТЕЛЬ вправе расторгнуть Договор в одностороннем порядке путем письменного уведомления ЗАКАЗЧИКА. При этом сумма аванса, внесенная в соответствии с п. 5.2 Договора, подлежит возврату ЗАКАЗЧИКУ за вычетом фактически понесенных расходов ИСПОЛНИТЕЛЯ, в том числе расходов на оплату Туристского продукта Туроператору. В случае недостаточности суммы аванса для покрытия расходов ИСПОЛНИТЕЛЯ, ЗАКАЗЧИК обязан возместить ИСПОЛНИТЕЛЮ расходы в размере, превышающем размер внесенного аванса.

7.4. ЗАКАЗЧИК имеет право расторгнуть настоящий Договор в одностороннем порядке путем письменного уведомления ИСПОЛНИТЕЛЯ. В этом случае ЗАКАЗЧИКУ возвращается сумма внесенной оплаты за вычетом фактически понесенных расходов ИСПОЛНИТЕЛЯ и Туроператора.

7.5. СТОРОНЫ допускают изменение условия о размещении путем замены отеля Туроператором в одностороннем порядке на отель аналогичной или более высокой категории в случае отказа отеля от подтвержденного бронирования (овербукинг), что не будет считаться нарушением условий настоящего договора.

7.6. СТОРОНЫ допускают замену авиаперевозчика, аэропорта, типа воздушного судна, перенос время вылета со стороны Туроператора по подтвержденной заявке на Туристский продукт, что не будет считаться нарушением условий настоящего договора.

8. Ответственность Сторон

8.1. Стороны несут ответственность в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

8.2. ИСПОЛНИТЕЛЬ несет ответственность за не предоставление или предоставление недостоверной информации ЗАКАЗЧИКУ в соответствии с условиями настоящего Договора.

8.3. Туроператор несет предусмотренную законодательством Российской Федерации ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта, если федеральным законом не предусмотрено иное.

8.4. ИСПОЛНИТЕЛЬ и/или Туроператор в соответствии с федеральными законами Российской Федерации **не несут ответственность:**

- За действия перевозчиков (изменение, отмена, перенос, задержка авиарейсов, смену борта воздушного судна, поездов, потеря или повреждение багажа и т.п.). В этих случаях ответственность несут перевозчики в соответствии с российскими и международными правилами.

- За действия консульских служб, таможенных и иммиграционных властей (в том числе по отказу в выдаче или несвоевременной выдаче въездной или транзитной визы). Отказ посольством (консульством) в выдаче визы туристу и/или иному заказчику Тура СТОРОНЫ признают форс-мажорным обстоятельством, и в этом случае ИСПОЛНИТЕЛЬ возвращает ЗАКАЗЧИКУ стоимость Туристского продукта за вычетом фактически понесенных расходов.

- За нарушение туристом таможенных и пограничных формальностей, правил проезда и провоза багажа, нарушения законов Российской Федерации и законов зарубежных стран и возникающих при этом последствий (арест, снятие с рейса и т.п.), а также не соблюдения правил и особенностей поведения в стране временного пребывания.

- За вред, нанесенный туристом третьим лицам, в том числе, как в результате неосторожных действий туриста, так и в результате виновных действий туриста.

- За вред, нанесенный туристу третьими лицами, как в результате неосторожных действий туриста, так и в результате виновных действий туриста.

- За случаи отсутствия, утери (не по вине ИСПОЛНИТЕЛЯ) или недействительности заграничного паспорта туриста и/или иного заказчика.

- За сохранность личного багажа, ценностей, документов и иных вещей Туриста в течение всего путешествия.

- За качество приобретенных Клиентом в стране пребывания товаров и не возмещает вред, причиненный такими товарами.

- В случае, если решением властей или ответственных лиц туристу отказано в возможности въезда в страну или выезда из страны, либо в возможности полета по авиабилету, либо в проживании в забронированной гостинице по причине отсутствия надлежащих документов, нарушения правопорядка или причинения беспокойства окружающим, нахождения

в состоянии алкогольного, наркотического, токсического опьянения или нарушения других правил поведения в общественных местах, нарушения правил проезда или провоза багажа. В этом случае турист и/или заказчик Туристского продукта обязаны возместить материальный ущерб, исчисляемый в размере фактически понесенных затрат ИСПОЛНИТЕЛЯ и Туроператора, а также все дополнительные расходы, возникшие по причине неправомерного поведения туриста.

- За случаи отказа туриста и/или иного заказчика Тура от части или всех услуг, входящих в состав Туристского продукта, за оказание дополнительных услуг, не предусмотренных Заявкой, заказанные туристом самостоятельно у других организаций и третьих лиц, а также за случаи самовольного изменения туристом и/или иным заказчиком оплаченного маршрута или несоблюдения правил группового прохождения маршрута.

- За несоответствие предоставленного туристического обслуживания ожиданиям ЗАКАЗЧИКА и /или туриста (тов) его (их) субъективной оценке.

- В других случаях, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации, правилами международных перевозок, настоящим Договором.

8.5. ИСПОЛНИТЕЛЬ и/или Туроператор не возвращают денежные средства туриста и/или иного заказчика Тура, если он по своей вине, по своему усмотрению или в связи со своими интересами не воспользовался всеми или частью предоставленных ему услуг.

8.6. ИСПОЛНИТЕЛЬ и/или Туроператор самостоятельно не оказывают услуги по страхованию и не являются самостоятельными субъектами страховых правоотношений, поэтому не несут какую-либо ответственность перед туристом и/или иным заказчиком, в том числе по выплате страхового возмещения.

Туроператор оказывает услуги по содействию заключения Туристами и/или иными заказчиками туров соответствующих договоров страхования со страховой компанией. При отсутствии у туристов страховки от невыезда, ИСПОЛНИТЕЛЬ и/или Туроператор не несут ответственность за убытки, вызванные срывом путешествия, в том числе в результате невыдачи (или несвоевременной) выдачи виз и/или иных документов посольствами (консульствами). Риск недостаточности страхового покрытия для оплаты расходов ЗАКАЗЧИКА относится соответственно на последнего.

8.7. ИСПОЛНИТЕЛЬ освобождается от ответственности за частичное или полное невыполнение и/или ненадлежащее исполнение обязательств по настоящему Договору, если это явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, которые СТОРОНА не могла ни предвидеть, ни предотвратить разумными мерами, а также по иным основаниям, предусмотренными действующим законодательством. ИСПОЛНИТЕЛЬ не несет ответственности при приостановлении полномочными органами других стран действий необходимых для обслуживания туристов актов или признании их утратившими силу. Все такие решения полномочных органов этих стран являются для ИСПОЛНИТЕЛЯ форс-мажорными обстоятельствами, кроме случаев, когда они вызваны действиями или бездействием ИСПОЛНИТЕЛЯ.

9. Порядок и сроки предъявления Заказчиком требований об уплате денежной суммы по договору страхования ответственности Туроператора. Основания для осуществления выплат по договору страхования ответственности Туроператора

9.1. В случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения Туроператором обязательств, входящих в Туристский продукт по настоящему Договору, при наличии оснований для уплаты денежной суммы по **договору страхования ответственности туроператора** ЗАКАЗЧИК вправе в пределах суммы финансового обеспечения предъявить письменное требование об уплате денежной компенсации непосредственно гаранту - организации, предоставившей финансовое обеспечение и указанной в п. 2.1 настоящего Договора.

9.2. Письменное требование ЗАКАЗЧИКА об уплате денежной суммы по **договору страхования ответственности туроператора** должно быть предъявлено страховой компании в течение срока действия финансового обеспечения.

9.3. Основанием для уплаты денежной суммы по договору страхования ответственности туроператора является факт установления обязанности туроператора возместить ЗАКАЗЧИКУ реальный ущерб, возникший в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения Туроператором, указанных в п. 1.1 настоящего Договора обязательств, если это является существенным нарушением условий такого Договора.

К существенным нарушениям относятся:

- неисполнение обязательств по оказанию ЗАКАЗЧИКУ входящих в Туристский продукт услуг по перевозке и (или) размещению;
- наличие в Туристском продукте существенных недостатков, включая существенные нарушения требований к качеству и безопасности Туристского продукта.

9.4. Обязанность Туроператора возместить ЗАКАЗЧИКУ ущерб, установленный п. 9.3 настоящего Договора, устанавливается письменным признанием Туроператора обоснованности претензий ЗАКАЗЧИКОМ или вступившим в законную силу решением суда.

10. Порядок разрешения споров

10.1. В случае обнаружения ненадлежащего исполнения или неисполнения Договора, или ненадлежащего оказания или неоказания Туроператором заказанных услуг ЗАКАЗЧИК и /или турист (ты) обязан (ны) незамедлительно уведомить об этом представителя принимающей стороны для своевременного принятия мер. Если ЗАКАЗЧИКА не удовлетворяют меры, принятые на месте для устранения претензий, он имеет право в течение 20 дней со дня окончания срока действия настоящего Договора предъявить письменную претензию Туроператору, которая рассматривается в течение 10 дней с даты получения претензии.

10.2. Все споры или разногласия, возникающие между СТОРОНАМИ по настоящему Договору или в связи с ним, разрешаются путем переговоров между СТОРОНАМИ.

10.3. В случае невозможности разрешения разногласий путем переговоров СТОРОНЫ руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

11. Прочие условия

11.1. Подписывая настоящий Договор, ЗАКАЗЧИК подтверждает, что до его сведения ИСПОЛНИТЕЛЕМ доведена полная и исчерпывающая информация, предусмотренная ФЗ «О защите прав потребителей», ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»,

Постановлением Правительства Российской Федерации № 452 от 18.07.2007г. «Об утверждении правил оказания услуг по реализации туристского продукта».

11.2. В соответствии с законодательством Российской Федерации авиабилеты и страховые полисы являются самостоятельными договорами между ЗАКАЗЧИКОМ и авиаперевозчиком или страховщиком. В случаях изменения времени вылета авиарейсов, повлекших за собой изменение объема и срока оказания туристских услуг, ответственность несет авиаперевозчик.

11.3. Возврат стоимости авиабилетов на регулярные рейсы производится согласно условиям применения тарифа авиаперевозчика. Авиабилеты на чартерные рейсы и на регулярные рейсы по специальным тарифам возврату не подлежат по правилам авиаперевозчика. Покрытие расходов по страховым случаям обеспечивается страховым полисом и осуществляется по заявлению ЗАКАЗЧИКА страховой компанией в порядке, установленном страховой компанией.

11.4. ЗАКАЗЧИК может застраховать свои (и/или туристов, указанных в п.1.3 Договора) расходы, которые могут возникнуть вследствие отмены путешествия в страну временного пребывания или иных обстоятельств согласно правилам страхования путем заказа услуги по

«страхованию от невыезда». Об условиях и порядке такого вида страхования ИСПОЛНИТЕЛЬ информирует ЗАКАЗЧИКА при заключении настоящего Договора.

11.5. Используемые в настоящем Договоре основные понятия (термины) толкуются в соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

11.6. Настоящий Договор составлен на русском языке в двух экземплярах, обладающих равной юридической силой, по одному для каждой из Сторон.

12. Реквизиты и подписи сторон

ИСПОЛНИТЕЛЬ

ООО«Диалог народов-1» ИНН: 2536072258

КПП: 250201001

ОГРН: 1022501295486

Расчетный счет: 40702810945510000246, ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФИЛИАЛ ПАО РОСБАНКБИК: 040507871

Корр. счет: 301018103000000000871

Юридический адрес: 692756, Приморский край, Артем г, Орловская ул, дом 67, корпус 1, офис217

Директор_____Е.М. Белянина

ЗАКАЗЧИК /

(Ф.И.О.) (подпись)

/

Заказчик с информацией о программе пребывания, маршруте и об условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории) и питания, услугах по перевозке в стране (месте) временного пребывания, правилами поведения на маршруте и в месте временного пребывания, о наличии экскурсовода (гида), гида- переводчика, инструктора-проводника; о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и пребывания там, об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей среды; условиях безопасности, мерах личной профилактики и по инфекционным и паразитарным заболеваниям, а также о компаниях, осуществляющих перевозки, страхование, с правилами и условиями страхования, правилами и стоимостью провоза багажа, **правилами прохождения таможенного и пограничного контроля, информацию о размерах штрафов выставляемых ИСПОЛНИТЕЛЮ** контрагентами в зависимости от количества календарных дней со дня получения ИСПОЛНИТЕЛЕМ извещения ЗАКАЗЧИКА о расторжении настоящего договора о реализации туристического продукта, до даты начала тура **V_(подпись) ознакомлен(а) и согласен(а)** Заказчик ознакомлен что все необходимые сопроводительные документы по туру **получит за три дня до вылета на почту указанную в договоре .**

Настоящим Заказчик подтверждает, что обязуется передать туристу, в интересах которого заключен настоящий договор, условия настоящего договора, а также всю информацию, полученную Заказчиком при подписании настоящего договора.

(подпись)

(Ф.И.О. Заказчика)

Приложение Б

(Обязательное)

Туристская путевка

ТУРИСТСКАЯ ПУТЕВКА № 000000 Серия _____

Заказчик туристского продукта _____
(ФИО, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность

в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства - для физ. лица),

(ИНН, наименование, адрес (место нахождения), код по ОКПО – для юридического лица)

Турист _____
(ФИО, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством

Российской Федерации, место жительства)

Вид туристского продукта (путешествия) _____
(вид услуги по ОКУН)

Единица измерения туристского продукта (путешествия) _____
(количество дней на одного человека)

Общая цена туристского продукта _____
(сумма прописью) _____ руб. _____ коп.

Оплачено: наличными денежными средствами _____ руб. _____ коп.,
(сумма прописью)

с использованием платежной карты _____ руб. _____ коп.
(сумма прописью)

Получено лицом, ответственным за совершение операции и правильность ее оформления:

(ФИО, должность) (подпись) (дата)

Дата осуществления расчета: «____» _____ 202 ____ г.

Настоящий документ является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта

от «____» _____ 20 ____ г. № _____

(Сведения об изготовителе бланка (сокращенное наименование, ИНН, место нахождения, номер заказа и год его выполнения, тираж)

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Студент(ка) Кучерук Ксения Евгеньевна
Фамилия Имя Отчество

обучающийся(аяся) на 2 курсе, по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство
направляется на производственную практику по ПМ.01. Организация и контроль текущей
деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства, ПМ.02. Предоставление
туроператорских и турагентских услуг
в объеме 108 часов
в период с «02» апреля 2025 г. по «22» апреля 2025 г.
в организации ООО "Диалог народов - 1", г. Владивосток
наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
1.	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики; согласование плана практики; получение индивидуального задания на практику.	0,5
2.	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности на предприятии; общее ознакомление с процессом работы на данном предприятии.	0,5
3.	Ознакомление с предприятием	6
4.	Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ	10
5.	Отслеживать и получать обратную связь от соответствующих служб	6
6.	Разработка плана целей деятельности служб	6
7.	Отработка навыков работы с профессиональными программами и их модулями	6
8.	Отработка навыков информирования потребителя о видах услуг и правилах безопасности во время предоставления услуг	6
9.	Выполнение калькуляции стоимости услуг для потребителей	6
10.	Прием заявки на соответствующие услуги (по телефону, факсу, Интернету) на русском и иностранном языке	6
11.	Оформление принятых заявок на оказание соответствующих услуг	6
12.	Оформление счетов на полную/частичную предоплату и подтверждение услуг	6
13.	Внесение изменений в заказ	6
14.	Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг	12
15.	Формирование туристского продукта	12
16.	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета по практике.	12

Дата выдачи задания «02» апреля 2025 г.

Срок сдачи отчета по практике «22» апреля 2025 г.

Руководитель


подпись

Ермолович Л.О.
Ф.И.О.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент Кучерук Ксения Евгеньевна

Фамилия Имя Отчество

обучающийся на 2 курсе по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

прошел производственную практику по ПМ.01. Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства, ПМ.02. Предоставление туроператорских и турагентских услуг

в объеме 108 часов в период

с 02 апреля 2025 г. по 22 апреля 2025 г.

в ООО "Диалог народов - 1", г. Владивосток

наименование организации

Виды и качество выполнения работ в период прохождения практики:

Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
ПК 1.1 Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства	Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ	отлично
ПК 1.2 Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства	Отслеживать и получать обратную связь от соответствующих служб. Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг	отлично
ПК 1.3 Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства	Разработка плана целей деятельности служб	отлично
ПК 1.4 Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги	Отработка навыков работы с профессиональными программами и их модулями. Отработка навыков информирования потребителя о видах услуг и правилах безопасности во время предоставления услуг. Оформление счетов на полную/частичную предоплату и подтверждение услуг.	отлично
ПК 2.1 Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Выполнение калькуляции стоимости услуг для потребителей. Прием заявки на соответствующие услуги (по телефону, факсу, Интернету) на русском и иностранном языке. Внесение изменений в заказ	отлично

ПК Координировать работу по реализации заказа	2.2	Оформление принятых заявок на оказание соответствующих услуг. Формирование туристского продукта	<i>Отлично</i>
--	-----	---	----------------

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

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

Дата 22 апреля 2025 г.

Оценка за практику *Отлично*



Руководитель практики от предприятия *[Signature]*
 подпись

Кавецкая А.Т.
 Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студент (ка) Кучерук Ксения Евгеньевна
Фамилия Имя Отчество

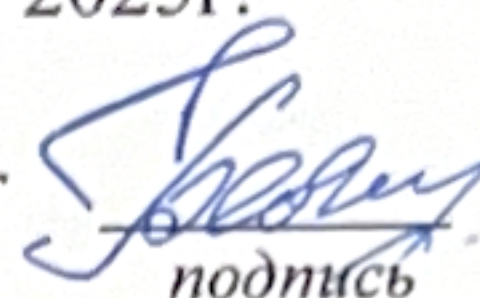
Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

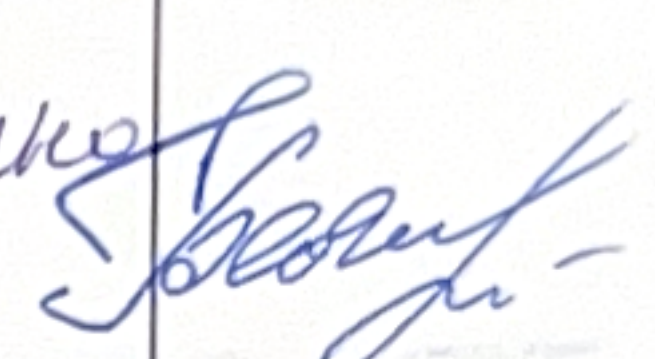
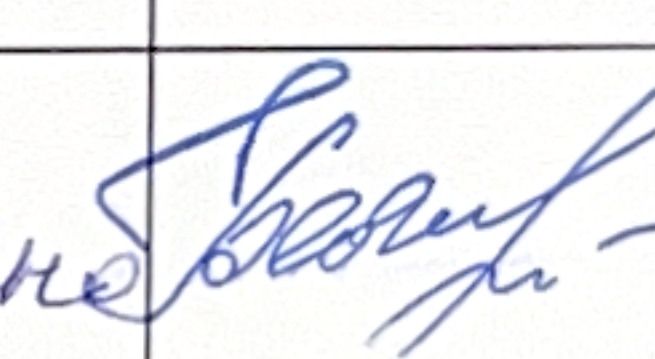
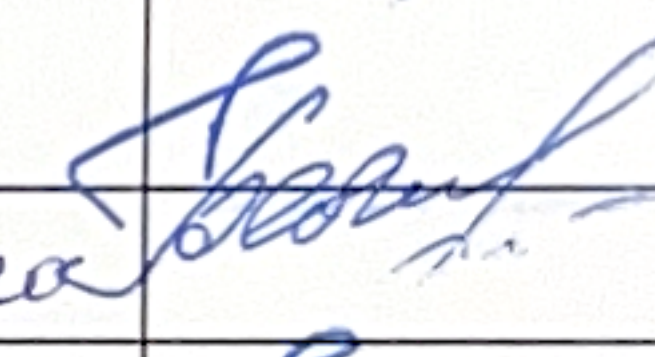
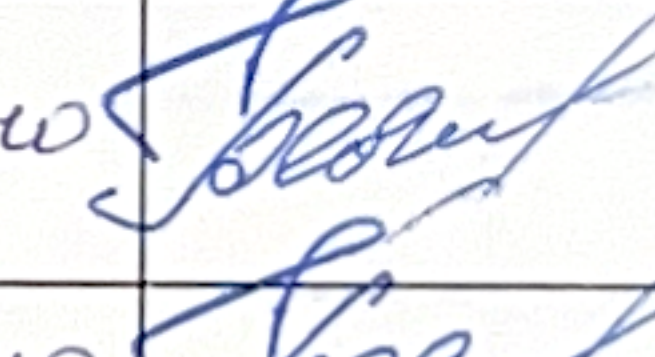
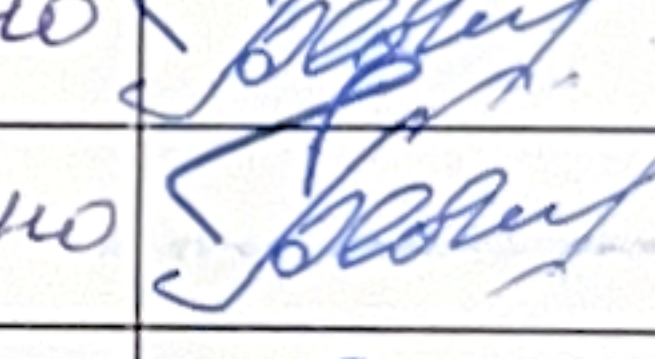
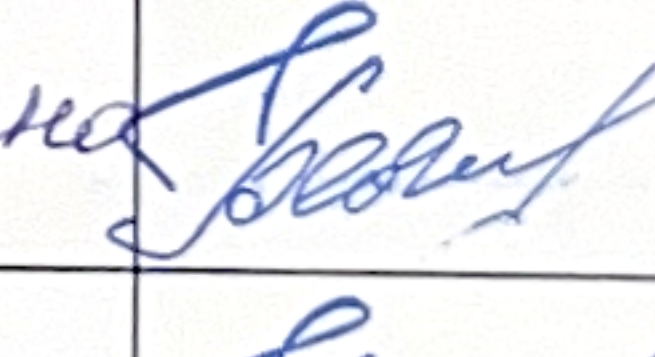
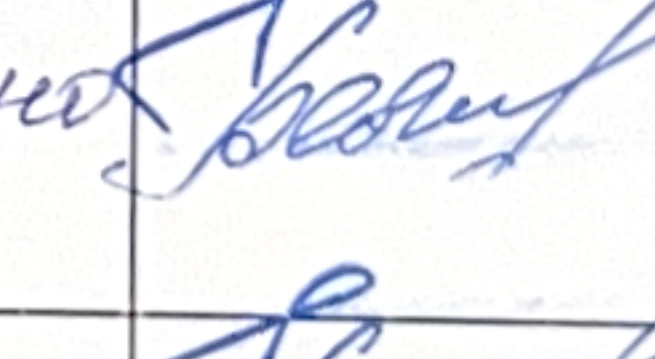
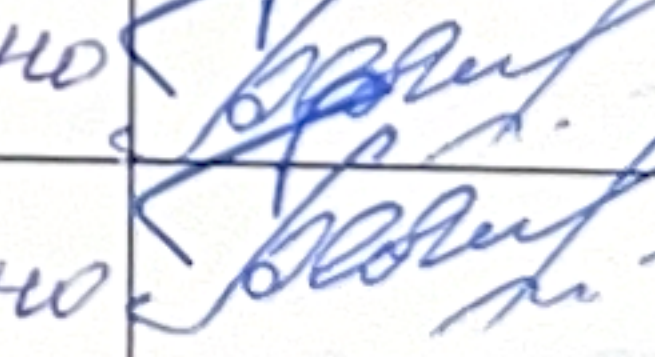
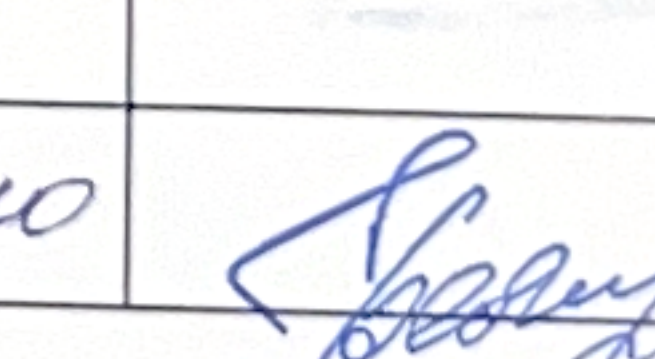
Группа С-ТГ-23-Т1

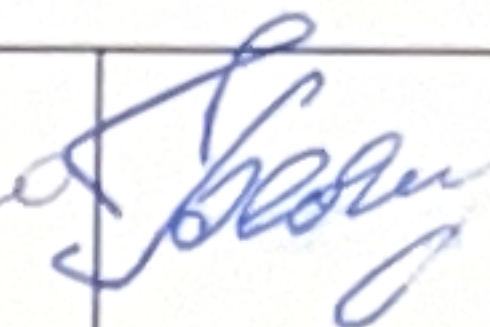
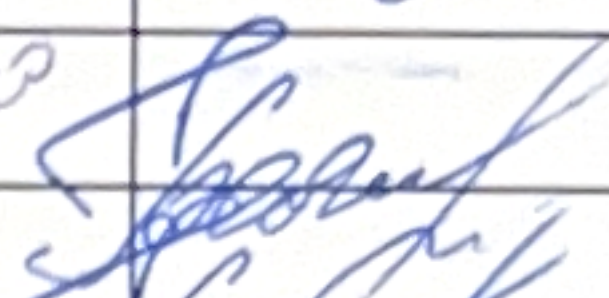
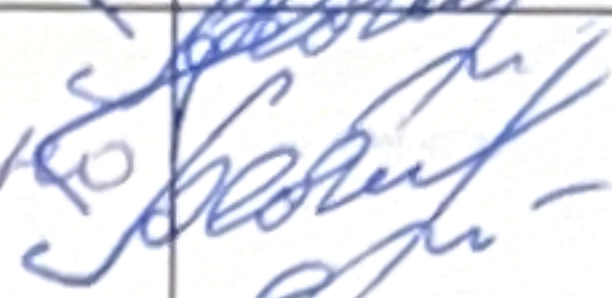
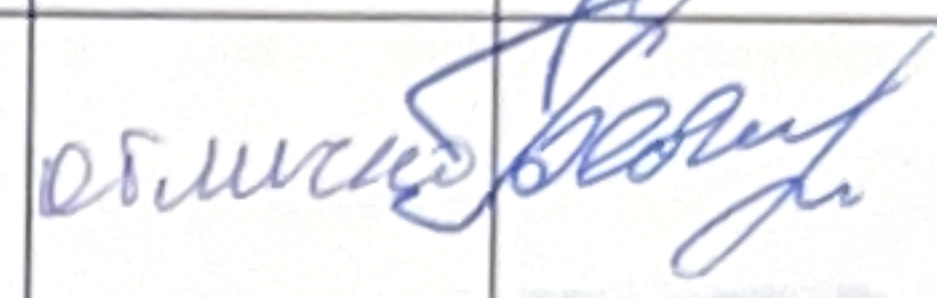
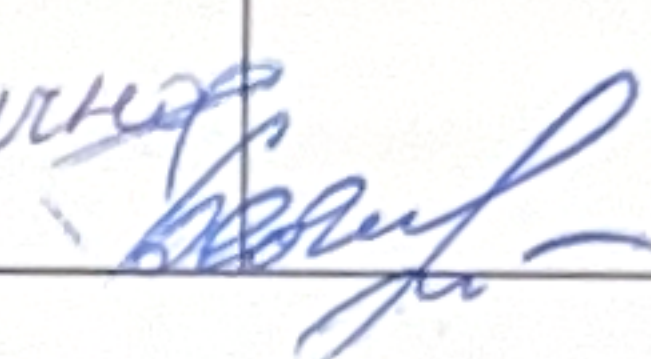
Место прохождения практики ООО «Диалог народов-1»

Сроки прохождения с 02 апреля 2025г. по 22 апреля 2025г.

Инструктаж на рабочем месте «02» апреля 2025г.
дата

 Кавецкая А.Г.
подпись Ф.И.О. инструктирующего

Дата (период)	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
02.04.2025	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики; согласование плана практики; получение индивидуального задания на практику.	отлично	
02.04.2025	Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности на предприятии; общее ознакомление с процессом работы на данном предприятии.	отлично	
02.04.2025	Ознакомление с предприятием	отлично	
03.04.2025	Использование технических, телекоммуникационных средств и профессиональных программ	отлично	
04.04.2025	Отслеживать и получать обратную связь от соответствующих служб	отлично	
05.04.2025	Разработка плана целей деятельности служб	отлично	
07.04.2025	Отработка навыков работы с профессиональными программами и их модулями	отлично	
08.04.2025	Отработка навыков информирования потребителя о видах услуг и правилах безопасности во время предоставления услуг	отлично	
10.04.2025	Выполнение калькуляции стоимости услуг для потребителей	отлично	
11.04.2025	Прием заявки на соответствующие услуги (по телефону, факсу, Интернету) на русском и иностранном языке	отлично	
12.04.2025	Оформление принятых заявок на оказание соответствующих услуг	отлично	

14.04.2025	Оформление счетов на полную/частичную предоплату и подтверждение услуг	отлично	
15.04.2025	Внесение изменений в заказ	отлично	
16.04.2025- 17.04.2025	Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг	отлично	
18.04.2025- 19.04.2025	Формирование туристского продукта	отлично	
21.04.2025- 22.04.2025	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета по практике.	отлично	

Руководитель практики от предприятия




подпись

Кавецкая Я.Г.
Ф.И.О.

Характеристика

Студентка 2 курса группы С-ТГ-23-Т1 Кучерук Ксения Евгеньевна проходила производственную практику в туристской фирме «Диалог народов-1» с «02» апреля 2025 г. по «22» апреля 2025 г.

В ходе прохождения практики она проявила себя как ответственный и целеустремленный работник, легко находящий общий язык с коллективом. Соблюдала производственный режим и дисциплину работы. К поручениям руководителя практики относилась со всей ответственностью и инициативой, выполняла все поставленные перед ней задачи.

На основе полученного материала изучила экономические показатели предприятия, определила специализацию, ознакомилась с развитием различных направлений туризма. Оказала помощь сотрудникам в работе на компьютере и заполнении необходимой документации.

За время прохождения практики зарекомендовала себя с положительной стороны. К порученным заданиям относилась добросовестно, умело применяя знания, полученные во время учебы.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации _____



Я.Г. Кавецкая

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Кучерук Ксения Евгеньевна

Подразделение Академический колледж Группы С-ТГ-23-Т1

согласно приказу ректора № 543-а от 25.03.2025 года

направляется в ООО "Диалог народов-1", г. Владивосток

для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство» на срок 3 недели с 02.04.2025 года по
22.04.2025 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО „Диалог народов-1“	02.04.2025	
ООО „Диалог народов-1“	22.04.2025.	