



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

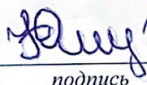
«Владивостокский государственный университет»

Академический колледж

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

период с «22» июня по «28» июня 2023 года

Студент группы С-ТУ-22-1

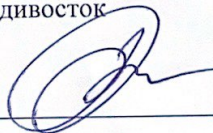

подпись

Слепкова Ю.А.

ООО «Чемодан», г. Владивосток

Руководитель практики от предприятия

подпись



Гой. А.А.

Отчет защищен:

с оценкой



Руководитель практики от

ОО 

Ткаченко Е.В.

Владивосток 2023

Содержание

Введение	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Чемодан»	5
1.1 История создания и развития предприятия	5
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия ООО «Чемодан»	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	7
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	11
1.5 Перспективы развития предприятия	12
2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия	14
2.1 Анализ деятельности предприятия	14
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия	16
2.3 Информационные технологии предприятия ООО «Чемодан»	18
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	20
4 Система обеспечения безопасности ООО «Чемодан»	21
5 Технология формирования профессиональных компетенций	22
6 Индивидуальное задание	38
Заключение	44
Список использованных источников	45
Приложение схема проезда к ООО «Чемодан»	46
Приложение организационная структура предприятия ООО «Чемодан»	47

Введение

Туризм – это отрасль экономики непродуцированной сферы, предприятия и организации которой удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, основная функция которого – обеспечить человека полноценным и рациональным отдыхом. Туризм является фундаментальной основой экономики многих развитых и развивающихся стран мира, а туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг, имеют социально–оздоровительный характер и сочетают в себе экономический, социальный, гуманитарный, политический, воспитательный и эстетический факторы.

Туристский рынок выполняет многочисленные функции: информационную, посредническую, регулируемую, ценообразующую, стимулирующую, созидательно разрушительную и дифференцирующую.

Однако в качестве его основополагающих функций можно выделить следующие:

- а) реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте;
- б) организация процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- в) экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

Значение и роль туризма в наше время переоценить невозможно. Туризм, возникший и развивавшийся как объективная общественная потребность, постепенно утвердился в качестве одного из важных средств воспитания людей. В его развитии прослеживаются три этапа: образование предпосылок для организованных групповых (коллективных) походов и путешествий; утверждение походов как средства воспитания; становление и последующее развитие туризма как общественно–социального явления, успешно содействующего комплексному решению воспитательных, образовательных, оздоровительных и спортивных задач.

В настоящее время туризм превратился в индустрию международного масштаба. Во многих странах он играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т. е. выступает своеобразным катализатором социально–экономического развития, что, в конечном счете, превращает его в высокодоходную отрасль экономики.

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

В ходе данных компетенций в период с 11.05.2023 по 21.06.2023 необходимо научиться:

- а) выявлять и анализировать запросы потребителей и возможности их реализации, информировать потребителей о туристских продуктах;
- б) взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта, проводить маркетинговые исследования рынка с целью формирования востребованного туристского продукта;
- в) формировать туристский продукт, рассчитывать его стоимость, а также стоимость турпакета, оформлять турпакет;
- г) контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут, инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте, контролировать в соответствии с этим их действия и обеспечивать их безопасность;
- д) контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной и оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

В качестве примера для исследования была выбрана туристская фирма ООО «Чемодан».

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Чемодан».

1.1 История создания и развития предприятия

Название компании: туристическая компания Общество с ограниченной ответственностью «Чемодан». Местонахождение: приморский край, г. Владивосток, Партизанский проспект 12. Часы работы: понедельник – пятница 09:00 – 18:00, суббота 11:00 – 15:00, воскресенье – выходной. Телефон: +7 (423) 261 61 08, +7 (994) 008 73 27. (Приложение А).

Турфирма «Чемодан» была основана в 2008 году. Основным видом деятельности компании является внутренний, международный въездной и международный выездной туризм. Турфирма ежедневно отправляет туристов в Китай, Таиланд, Египет, Объединенные арабские эмираты, Мальдивы, Кубу, Венесуэлу, Абхазию, а также по России в Алтайский край, Калининград, Санкт–Петербург, Москву, Байкал, минеральные воды и золотое кольцо России. Также фирма занимается оформлением виз в Китай и Японию, страхованием туристов.

Турфирма уже на протяжении 16 лет стремится увеличить географию обслуживания туристов и объем реализованных услуг, при этом уделяет значительное внимание качеству и уровню обслуживаемых клиентов компании.

Компания «Чемодан» состоит из головного офиса в г. Владивосток [1].

1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия ООО «Чемодан»

Учредительные документы – документы, определяющие индивидуальные особенности статуса конкретного юридического лица в рамках действующего законодательства.

К учредительным документам предприятия ООО «Чемодан» относятся:

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

- лицензии;
- договор об учреждении;
- список участников;
- протокол о назначении генерального директора.

Организационно–правовая форма – это признаваемая законодательством той или иной страны форма хозяйствующего субъекта, которая фиксирует метод (способ) закрепления и использования имущества хозяйствующим субъектом, вытекающие из этого его правовое положение и цели предпринимательской деятельности [2].

Примеры организационно–правовых форм:

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

Организационно–правовая форма и форма собственности предприятия «Чемодан» является ООО (общество с ограниченной ответственностью).[1]

ООО — это юридическое лицо. Его работу регулируют учредительные документы. У ООО есть расчетный счет, печать и уставный капитал (минимальный размер 10 000 рублей).

Особенность ООО — учредители: от 1 до 50 человек или других компаний с разными долями в уставном капитале. Отсюда минус: чем больше учредителей, тем больше времени занимает согласование документов и принятие управленческих решений. Вам придется информировать регистрирующий орган о смене учредителей или перераспределении долей уставного капитала.

Преимущества ООО

- нет ограничений по видам деятельности,
- можно применять специальные режимы налогообложения,
- по обязательствам ООО учредители отвечают только своей долей в уставном капитале,
- потенциал для роста компании,
- бизнес продается и покупается,
- можно привлекать инвесторов.

Минусы ООО

- сложная регистрация: требуется много документов, достаточно крупная пошлина (4000 рублей), юридический адрес, устав и пр.
- минимальный уставный капитал 10 000 рублей должен быть внесен деньгами;

- высокие штрафы и серьезная ответственность за уголовные и административные нарушения;
- обязательно нужны расчетный счет и онлайн–касса;
- необходимо вести бухгалтерский учет и периодически сдавать в госорганы отчетность;
- сложно распоряжаться выручкой в собственных целях — дивиденды и зарплата облагаются налогами;
- субсидиарная ответственность.

Итог: ООО подходит тем, кто собирается открыть бизнес с партнерами и активно его развивать [3].

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Под организационной структурой управления понимается упорядоченная совокупность устойчиво взаимосвязанных элементов, обеспечивающих функционирование и развитие организации как единого целого. Организационная структура занимает особое место во внутренней среде туристского предприятия.

Организационная структура управления представляется в виде системы оптимального распределения функциональных обязанностей, прав и ответственности, порядка и форм взаимодействия между входящими в ее состав органами управления и работающими в них людьми. Она направлена прежде всего на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями фирмы, распределения между ними прав и ответственности. В ней реализуются различные требования к совершенствованию систем управления, выражающиеся в тех или иных принципах [10].

К главным функциям организационной структуры относятся:

- а) распределение должностных обязанностей и обеспечения контроля;
- б) разделение задач по отделениям и подразделениям;
- в) регулирование компетентности в решении определенных проблем;
- г) регулирование общего взаимодействия элементов.

Организационная структура «Чемодан» — это взаимоотношения между руководителями и подчиненными.

Основные задачи организационной структуры «Чемодан»:

- а) разделение труда;
- б) определение ролей и взаимоотношений между сотрудниками;
- в) определение каналов взаимосвязи.

Управление «Чемодан» происходит на линейно–функциональном уровне. (Приложение Б).

Особенности линейно–функциональной структуры управления заключаются в наличии функциональных подразделений и хорошо работающим принципом единовластия.

Достоинства линейно–функциональной структуры:

- а) более глубокая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников;
- б) освобождение линейных руководителей от решения многих вопросов, связанных с планированием финансовых расчетов, материально–техническим обеспечением и др.;
- в) построение связей «руководитель – подчиненный» по иерархической лестнице, при которых каждый работник подчинен только одному руководителю.

Недостатки линейно–функциональной структуры:

- а) каждое звено заинтересовано в достижении своей узкой цели, а не общей цели фирмы;
- б) отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными подразделениями;
- в) чрезмерно развитая система взаимодействия по вертикали;
- г) аккумуляция на верхнем уровне наряду со стратегическими оперативными задачами [10].

Штат «Чемодан»: генеральный директор, исполнительный директор, бухгалтер, менеджер по пляжному туризму, менеджер по направлению Китай, менеджер по визам, маркетолог, руководители туристских групп.

Генеральный директор – это глава любой коммерческой организации, будь то акционерное общество или производственное предприятие. Функции генерального директора заключаются в общем руководстве производственно–хозяйственной деятельностью компании.

Именно он несет полную ответственность за все принятые решения, за результаты деятельности предприятия и сохранность его имущества.

Профессия генерального директора очень ответственна и совмещает в себе множество обязанностей, поэтому руководитель, чтобы справиться с нагрузкой, делегирует свои полномочия подчиненным. А именно – на любом предприятии и в каждой компании обязательно существует заместитель генерального директора, организующий работу персонала и в случае каких–либо непредвиденных обстоятельств исполняющий обязанности директора. Кроме того, существуют такие должности, как финансовый директор (глава финансовой службы компании), коммерческий директор (руководитель

служб продаж, маркетинговых отделов и отделов логистики в компании) и исполнительный директор (руководитель, на котором лежит административный и финансовый контроль, работа с субподрядчиками и поставщиками, организация документооборота в компании).

В общих чертах в должностные обязанности генерального директора выглядят:

- а) организация, координация и контроль работы предприятия (компании);
- б) организация эффективного взаимодействия структурных подразделений компании;
- в) стратегическое планирование развития предприятия и реализация этих планов;
- г) участие в формировании бюджета и контроль его выполнения;
- д) обеспечение эффективного документооборота и своевременного движения информации в компании.

Главный бухгалтер организации – основной учетный работник, ответственный за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета, своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности, а также составление и представление налоговой отчетности.

В его обязанности входят: разработка финансовой стратегии фирмы, составление финансовых планов, обеспечение деятельности фирмы (осуществление денежных переводов, подготовка финансовых отчетов) и своевременное информирование руководства о финансовых результатах деятельности фирмы, экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности организации по данным бухгалтерского учета, ведет работу по обеспечению строгого соблюдения штатной, финансовой и кассовой дисциплины, учет финансовых, расчетных и кредитных операций, страхование фирмы и юридические аспекты, принятие управленческих решений.

Менеджер по туризму – это специалист, обеспечивающий туристические поездки клиентов, координирующий работу задействованных при этом людей и организаций.

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

Визовый менеджер руководит процессом делопроизводства в визовом центре, контролирует своевременное заполнение анкет и других документов и следит за сроками их подачи в нужные инстанции. Он ответственен за общий документооборот в области виз,

загранпаспортов, страховок в компании и отслеживает изменения в правилах подачи и оформления всех важных бумаг. Также он ведет отчетность и базу данных клиентов. Важной составляющей работы менеджера визового центра является работа с клиентами, сотрудниками туристических агентств. Это могут быть также и крупные корпоративные (коммерческие и государственные) клиенты. Визовый менеджер консультирует их по поводу оформления виз.

Руководитель туристской группы – физическое лицо, которое является представителем субъекта туристской деятельности и выступает от его имени, сопровождает туристов, обеспечивает выполнение условий договора на предоставление туристских услуг; на должность руководителя туристской группы штатный и внештатный сотрудник назначается приказом руководителя туристской фирмы.

На руководителя туристической группы возлагаются следующие функции:

а) Подготовка отчета о поездке руководителю предприятия.
б) Информирование туристов по вопросам, касающимся пребывания в иностранном государстве.

в) Осуществление работы по предоставлению туров туристам.

г) Организация прохождения туристами паспортного и таможенного контроля.

д) Оформление документов (ваучер, отчет).

е) Хранение документов туристов, переданных для организации их обслуживания.

Должностные обязанности

Руководитель туристической группы обязан:

ж) Организовывать прохождение туристами паспортного, таможенного и иного контроля в пункте назначения при въезде в зарубежную страну, а также выезде из нее.

и) Контролировать выполнение утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.

к) Выполнять работу по предоставлению туристам пакета туров и координировать их выполнение сторонними организациями.

л) Участвовать в маркетинговых исследованиях, разработке программ, методик проведения и обслуживания туров, экскурсий, путешествий и пр.

м) Проводить организационное собрание туристической группы.

н) Оформлять соответствующие документы (отчет, ваучер и пр.).

о) В случае недолжного выполнения принимающей стороной условий обслуживания незамедлительно информировать руководство агентства об отклонениях от программы.

п) В случае заболевания туриста (туристов) совместно с представителем принимающей стороны и страховой компании принимать срочные меры по оказанию медицинской помощи.

р) Всегда находиться с туристической группой и оказывать содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.

с) Информировать туристов по вопросам, которые касаются правил въезда, пребывания и размещения в принимающей стране.

т) Контролировать и координировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.

у) При возникновении чрезвычайных обстоятельств (военных действий, стихийных бедствий, забастовок и пр.) связываться с консульством (посольством) принимающей стороны и специальными органами, созданными в связи с чрезвычайными ситуациями, собирать группу и проводить инструктаж по обеспечению безопасности здоровья и жизни туристов.

ф) Принимать меры по предупреждению или разрешению конфликтных ситуаций в группе, с местным населением, представителями правоохранительных и иных органов.

х) Хранить документы, переданные туристами для организации обслуживания.

ц) Организовывать возвращение туристов на отправную базу.

ч) Подготавливать и сдавать отчет о туристической поездке руководителю туристской организации.

ш) Оформлять в установленном порядке ваучеры на обслуживание туристических групп, а также опросные листки.

щ) Давать туристам информацию о возможности возникновения факторов риска на каждом конкретном маршруте.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

На сегодняшний день у ООО «Чемодан» открыт один офис в центре Владивостока, что очень удобно для посетителей и сотрудников компании.

ООО «Чемодан» предлагает:

- индивидуальные туры;
- бронирование отелей;
- покупка авиабилетов в любую точку мира;
- организацию шоп-туров в Китай;
- экскурсионные туры по городам Китая;

- развивает детский туризм;
- речные и морские круизы;
- лечебные и оздоровительные туры по городам Китая;
- туры с отдыхом на море в экзотических странах Юго–Восточной Азии (Таиланд, Вьетнам), Средиземноморья (Египет, Тунис, Марокко, Турция и другие), а также Абхазия и Куба;
- туры по городам России (Москва, Санкт–Петербург, Сочи, Минеральные воды, Байкал, Забайкальский край, Калининград, Золотое кольцо России и другие города).

А также:

- использует для перевозок комфортабельные автобусы;
- сотрудничает с лучшими туроператорами России;
- заключает договоры по страхованию жизни и здоровья туристов;
- используют онлайн консультацию по подбору тура, а также дистанционное оформление туристов на покупку тура;
- оказывает визовую поддержку для лиц, выезжающих в Китай и Японию;
- предлагает своим туристам только лучшие условия пребывания за границей и на территории России;

Основные задачи ООО «Чемодан»: оповещение возможностей отдыха по всем направлениям, продвижение туристской информации с помощью рекламы, организация продажи туристского продукта, создание привлекательных туристских продуктов, соответствующих потребностям туристов, поддержание предложения на уровне спроса, сохранение конкурентоспособности туристского продукта, качественное обслуживание туристов, обеспечение финансовой устойчивости [4].

1.5 Перспективы развития предприятия

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

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

возможности в обслуживании. Туристы сами, когда им предоставляется возможность, готовы рассказать, что именно в обслуживании их удовлетворяет, а что требует улучшения, что они ожидают от туристической компании. Для этих целей на сайте компании имеется раздел для отзывов и предложений. Очень важно для ориентированных на маркетинг руководителей научиться слушать своих клиентов и поступать так, как они рекомендуют. Много новых идей в улучшении обслуживания и комфорта, если вдуматься, предложено самими туристами.

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

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

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

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

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

2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия

2.1 Анализ деятельности предприятия

Анализ микросреды.

Рынки – турфирма предоставляет свои услуги на территории города Владивосток;

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

Конкуренты – это турфирма «Билет–тур», «Вокруг света», «Дальинтурист», «Примтур»;

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

Поставщики

– фирма предлагает туры являющихся старыми и надежными партнерами фирмы.

Контактные аудитории

– общественность, компании.

Выявление сильных, слабых сторон, возможностей и угроз фирмы

Сильные стороны:

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

Слабые стороны:

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

Возможности:

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

- выход на рынки других регионов.

Угрозы:

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

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

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

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

Достоинства линейно – штабной структуры:

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

Недостатки линейно – штабной структуры:

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

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

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

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

Для достижения этой цели менеджеры ООО «Чемодан» проводят маркетинговые исследования туристского рынка, чтобы знать сильные и слабые стороны своих маршрутов по сравнению с конкурентами, регулярно участвуют в собраниях фирмы, проводимых для обмена опытом и обсуждения различных затруднительных ситуаций, владеют краткой информацией обо всех направлениях.

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

Процесс продажи туристского продукта включает:

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

Обслуживание клиента не ограничивается элементами продажи. Накануне путешествия работники фирмы по телефону напоминают туристу о предстоящей поездке, а после окончания тура выясняют мнение туриста о путешествии, определяют негативные моменты и т.д.

Персонал должен знать:

- а) законодательные акты и нормативные документы в сфере туризма;
- б) формальности международных норм в сфере туризма, а также правила оформления документов на выезд из России (въезд в Россию) – для персонала, занятого выездным/въездным туризмом;
- в) иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе (для персонала, занимающегося международным туризмом).

Под корпоративной этикой понимается система морально–нравственных принципов, стандартов и правил, которые приняты в определенной организации и

регулируют поведение ее персонала. Это значит, что все работники компании обязаны демонстрировать по отношению к клиентам, партнерам и коллегам определенное отношение, соблюдать морально–этические принципы, которыми руководствуется данный бизнес.

Корпоративная этика – часть корпоративной культуры.

Этика поведения в ООО «Чемодан»:

- персонал должен быть приветливым и доброжелательным;
- начинать диалог с приветствия;
- приветливо улыбаться;
- быть терпеливым и вежливым;
- проявлять уважение к посетителю;
- обслуживание посетителя должно быть первоочередным по сравнению с другими служебными обязанностями;
- иметь располагающий внешний вид;
- в присутствии посетителя не вести личных телефонных разговоров, не принимать пищу и/или напитки;
- уметь слушать (проявлять интерес к тому, что говорит посетитель);
- сводить к минимуму ожидание посетителей, способствовать тому, чтобы время ожидания не было утомительным.

Под культурой предприятия понимается система базовых ценностей, убеждений, негласных соглашений, норм и правил поведения, разделяемых всеми членами предприятия. В сформировавшихся туристских компаниях и фирмах она как бы становится их атрибутом, частью, оказывающей активное воздействие на работников, изменяющей их поведение в соответствии с заявленными нормами, ценностями, негласными соглашениями.

По отношению к предприятию организационная культура выполняет следующие функции:

- интегрирующую;
- регулирующую;
- коммуникационную;
- адаптивную;
- мотивационную;
- воспитательную;
- охранную;
- функцию формирования имиджа предприятия.

Организационная культура – это набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеющий тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации.

Культура корпорации – определенные позиции, точки зрения, манеры поведения, в которых воплощаются основные ценности, выражение этих ценностей претворено в организационной структуре и в кадровой политике.

Организационная культура «Чемодан» содержит как субъективные (ценности, цели, принципы, характер внутренних взаимоотношений, правила поведения людей и др.), так и объективные элементы (символика, эмблема, товарные знаки, цвета, внешний вид).

Культура предприятия имеет определенную силу, которая характеризуется, прежде всего, ее объемом, уровнем ее восприятия членами организации и ясностью культуры для каждого. Сильная культура создает преимущества для предприятия.

2.3 Информационные технологии предприятия ООО «Чемодан»

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

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

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

В современном мире интернет занимает лидирующее положение практически во всех направлениях, имея официальный сайт, турфирма «Чемодан» также развивает свои социальные сети, такие как инстаграм, телеграмм, а так же свой сайт. Объявления также публикуются на торговых площадках.

Преимущества работы турфирмы благодаря информационным технологиям:

- ускорение развития предприятия;

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

Бонусные программы:

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

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

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

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

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

Важная роль в продвижении туристского продукта отводится стимулированию потребителей. Под стимулированием сбыта (продаж) в туризме понимают краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту. Стимулирование проводится в трех направлениях: стимулирование сотрудников турфирмы, стимулирование торговых посредников, стимулирование клиентов. Среди задач стимулирования потребителей основными являются: поощрение более интенсивного потребления предлагаемых туров или отдельных услуг, побуждение туристов к приобретению услуг, которыми они ранее не пользовались, привлечение внимания к туристскому предложению тех, кто пользуется услугами конкурентов [5].

Стимулирование сотрудников фирмы направлено на повышение качества обслуживания, рост профессионального мастерства и совершенствование работы. В этом направлении интересен опыт передовых туристских фирм. «Чемодан» применяет прогрессивную систему оплаты труда, когда работник, помимо оклада, получает вознаграждение. Наряду с реализацией мероприятий стимулирования сбыта в туристской фирме «Чемодан» постоянно проводится оценка их эффективности. Для этого используются методы опроса туристов, сравнительного анализа объема продажи туристских услуг с объемом их продаж в предыдущие годы.

Также турфирма «Чемодан» активно осваивает SMM (Social Media Marketing).

Туры продвигаются на таких платформах, как Instagram, Telegram, Farpост.

4 Система обеспечения безопасности ООО «Чемодан»

Под безопасностью туризма понимают безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также отсутствие нанесения ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства. Система безопасности туризма включает в себя: субъекты обеспечения безопасности туризма, включая федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный на координацию деятельности в области безопасности туризма, целевые установки и принципы обеспечения безопасности туризма, государственную политику в области обеспечения безопасности в сфере туризма, систему правовых норм, регулирующих отношения в сфере безопасности туризма, различные виды юридической и иной деятельности по обеспечению безопасности, меры и требования безопасности туризма, культуру безопасности и правовую культуру в сфере безопасности туризма.

Цели системы безопасности туризма:

- а) создание и поддержание на основе соблюдения баланса интересов системы туризма, ее подсистем, элементов и иных объектов безопасности в сфере туризма необходимого уровня защищенности от внутренних и внешних угроз безопасности;
- б) обеспечение надежного существования и возможности прогрессивного развития системы туризма, ее подсистем и иных элементов, иных объектов безопасности в сфере туризма в условиях неопределенности.

Основные принципы системы безопасности туризма: законность, взаимная ответственность подсистем и иных элементов системы туризма по обеспечению безопасности системы туризма, культура безопасности туризма, системность, комплексность, гибкость, мобильность и повсеместность, надежность, непрерывность и необходимая достаточность, техническая оснащенность, компетентность и профессионализм, взаимодействие с правоохранительными органами и службами по чрезвычайным ситуациям, изучение и внедрение положительного опыта обеспечения безопасности.

Предприятие «Чемодан» ознакомляет туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению, дает необходимую информацию для туристов в целях охраны их жизни и здоровья. Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в турфирме «Чемодан».

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПМ.02

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

Руководитель туристской группы предприятия ООО «Чемодан» должен представить руководителю образовательной организации:

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

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

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

Маршрутные документы туристской группы – маршрутный лист и маршрутная книжка.

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

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

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

ПК 2.2 Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках.

Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.

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

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

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

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

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

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

В еще более сложной ситуации оказывается группа при остром заболевании или травме одного из ее членов. В этом случае группа стоит перед выбором: либо остановиться и ждать улучшения состояния пострадавшего, либо транспортировать его в ближайший населенный пункт. В первом случае группа опять–таки выбивается из графика, во втором

случае участники группы вынуждены нести пострадавшего порой на длительное расстояние. Для детской группы это очень серьезное испытание.

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

Поэтому первое, что необходимо сделать в экстремальной ситуации, – успокоиться и объективно оценить сложившееся положение. Первые поступки под воздействием эмоций диктуются инстинктом самосохранения и далеко не всегда являются верными. Важно в момент возникновения аварийной или экстремальной ситуации не терять самообладания, не поддаваться страху, который мешает концентрации внимания, принятию верных решений.

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

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

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

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

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

Непременным условием благополучных действий группы в сложной ситуации является наличие руководителя. При умелом руководстве группа сможет избежать паники, растерянности, неуверенности в своих силах, разобщенности в действиях, проявления

эгоизма и иждивенчества. Задача руководителя – не дать возникнуть конфликтам, которые в такой ситуации возможны по самым незначительным поводам.

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

Как в аварийных, так и в экстремальных ситуациях в условиях природной среды первоочередные действия должны быть направлены на оказание первой медицинской помощи пострадавшим, затем – на устранение угрожающего фактора или быстрый уход от него. Параллельно с оказанием медицинской помощи надо приступить к строительству простейшего временного убежища, способного защитить пострадавших от ветра, снега, дождя или палящего солнца. Ведь переохлаждение или чрезмерный перегрев организма могут значительно усложнить ситуацию. Тогда придется вдобавок ко всем имеющимся трудностям заниматься устранением последствий переохлаждения и перегрева (отморожения, общее переохлаждение, тепловые и солнечные удары). В экстремальных ситуациях это только усугубит положение пострадавших. Надо помнить, что усугубление ситуации может произойти вследствие резких изменений погоды. Поэтому надо постоянно следить за состоянием погоды и быть готовым к ее изменениям.

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

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

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

После этого возникает естественный вопрос – что делать дальше?

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

1) Если ваше местоположение не известно, то придерживались ли вы заданного (согласованного) маршрута на момент аварии? Если обнаружат ваше отсутствие, то первоначальные поиски будут производиться в районе вашего предполагаемого маршрута.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- нет уверенности, что о происшествии знают и в ближайшее время будут организованы поиски группы;
- есть возможность правильно сориентироваться и определить направление к ближайшему населенному пункту, расстояние до которого невелико и состояние здоровья людей позволяет осуществлять движение;
- возникла непосредственная угроза жизни (лесной пожар, наводнение и т.п.);
- люди не могут быть обнаружены спасателями из-за окружающей их на этом месте густой растительности;
- в течение трех суток нет связи и помощи.

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

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

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

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

Какими же соображениями надо руководствоваться, выбирая направление выхода?

Наиболее рациональный прием для группы, не имеющей достаточного количества продуктов, компаса и карты, – идти до первого ручья, реки. Направление к ним укажут понижения местности, овраги, звериные тропы к водопою. Ручеек неизбежно приведет к реке. Чем больше река, тем больше вероятности встретить на ее берегах жилье. Вдоль рек

и ручьев часто прокладывают тропы, приводящие в населенные пункты. Идти по ним легче, чем напрямую, по бездорожью.

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

Решение оставаться на месте происшествия принимается, если:

- сигнал бедствия или сообщение о месте происшествия переданы по телефону, по аварийной радиостанции или другим надежным способом;
- место происшествия точно не определено, местность незнакомая и труднопроходимая (горы, лес, глубокие овраги, болота, мощный слой снежного покрова и т.п.);
- направление на населенные пункты и расстояние до них неизвестны;
- большая часть людей не может самостоятельно передвигаться из-за полученных травм или заболеваний.

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

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

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

- выбор наиболее подходящего места лагеря с учетом рельефа местности, близости дров и воды, отсутствия опасностей на его территории;
- определение места для строительства временного, но надежного жилища, мест для приготовления пищи, хранения продуктов, имущества, мусора и туалетов;
- определение типа временного укрытия, исходя из возможностей местности, наличия строительного материала и имеющихся инструментов;
- заготовка необходимых материалов и постройка укрытия;
- подготовка места для костра, заготовка достаточного количества дров и разведение огня.

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

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

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

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

ПК 2.3 Анализ событийных мероприятий предприятия.

Изучение технологий проведения мероприятий разного типа

Событийный маркетинг– маркетинговый инструмент, комплекс специальных мероприятий и акций, проводимых с целью манипулирования поведением и мнением специально приглашенной на событие аудитории. Цель событийного маркетинга– продвижения интересов компании, манипулирования поведением и мнением целевой аудитории. Такой способ продвижения появился в нашей стране недавно: впервые о нем заговорили в начале 21–го века. Суть этого направления заключается в проведении мероприятий для целевой аудитории, чтобы сформировать позитивное отношение к бренду или продукту.

Событийный маркетинг всегда направлен на улучшение узнаваемости компании или увеличение лояльности потребителей.

Эффективность этого метода воздействия основана на обращении к эмоциональной стороне личности, на создании хорошего настроения и положительных ощущений,

работающих на подсознание человека. Ведь человеком руководят эмоции, под влиянием которых он совершает те или иные поступки. Положительные, яркие эмоции, которые способны дать хорошо организованное мероприятие, будут ассоциироваться с компанией и её продукцией, а значит способствовать росту продаж.

Планируя проведение того или иного события можно поставить перед собой сразу несколько целей. Так, организовав молодёжный праздник для представления новой модели мобильного телефона, можно одновременно представить новую продукцию, привлечь внимание к бренду, повысить имидж и узнаваемость марки, кроме того подобное событие безусловно станет информационным поводом для СМИ.

Corporate events— корпоративные мероприятия, которые служат эффективным маркетинговым инструментом. На подобные корпоративы (юбилеи фирмы, праздничные вечеринки, дни рождения, пикники) можно пригласить не только сотрудников компании, но и постоянных клиентов или партнеров. К организации коллективного досуга для персонала прибегают многие современные компании.

Trade events— это события, организуемые для клиентов, партнеров, дилеров. К данным мероприятиям можно отнести различные презентации, конференции, светские приемы, форумы, семинары, саммиты, выставки. Целью проведения подобных событий является демонстрация новой товарной линии, поиск потенциальных партнеров, обмен опытом.

Special events, который представляет собой ряд специальных мероприятий (фестивалей, концертов, массовых шоу–программ, рекламных туров), благотворно влияющих не только на продвижение товаров и услуг, но и на имидж компании.

В основе эффективного использования такого инструмента, как событийный маркетинг стоит прежде всего креативный подход к решению поставленных задач. Необходимо точно знать, чего нужно добиться проведением того или иного мероприятия, какова его целевая аудитория, и исходя из этого правильно выбрать наиболее подходящий формат и место проведения запланированного события, сделать его максимально нестандартным, запоминающимся и эффектным. ООО «Чемодан» активно использует событийный маркетинг в своем продвижении [5].

ПК 2.4 Взаимодействие со службами быстрого реагирования.

Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.

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

Система реагирования на чрезвычайные ситуации — это совокупность подготовленных органов управления, сил, материальных, финансовых и информационных

ресурсов, взаимодействие которых регулируется специальным нормативным правовым полем, определяющим порядок противодействия авариям, катастрофам, стихийным бедствиям и их последствиям.

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

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

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

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

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

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

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

ПК 2.5 Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.

Анализ претензий туристов.

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

При определении термина «качество» следует учитывать различные аспекты его понимания. До настоящего времени среди специалистов не существует единства в определении

этого понятия. Как правило, все эти определения неполны, многообразны, неточны. Однако в каждом случае они отвечают конкретным потребностям общества.

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

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

а) нематериальные – здоровье человека, его образование, информация, культура, духовные ценности и т. д., т. е. результат услуги связан с изменением состояния самого человека;

б) материальные – имущество в виде вещей, включая деньги и ценные бумаги, постройки, земля, недвижимость, домашние животные и другая собственность, т. е.

результат услуги выражен изменением собственности потребителя – сохранением, улучшением, восстановлением – в конечном счете, это измененная или новая продукция.

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

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

- материальное (объективное), которому соответствуют количественные характеристики, т. е. показатели или параметры качества, измеряемые и выраженные числом и размерностью, имеющие стандартные методы определения (расчет, анализ, измерение и т. д.);

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3) Недостоверная или неточная информация о туре. Чтобы сделать правильный выбор между почти одинаковыми турпакетами, турпакетом и отдельно приобретаемой

услугой, потенциальный турист должен иметь всю необходимую и достоверную информацию.

4) Ограничение собственной ответственности турфирмы за изменения условий тура.

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

ПК 2.6 Составление отчета руководителя туристской группы.

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

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

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

- Характеристики района похода;

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

- Графика движения;

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

- Технического описания маршрута;

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

Основные требования к техническому описанию;

- 1) описание действий самой группы на маршруте;
- 2) соответствие карте и иллюстрациям;
- 3) возможность использования его другими группами при подготовке и проведении похода.

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

– Картографического материала;

Картографический материал должен состоять из:

- 1) обзорной схемы района похода;
- 2) маршрутной карты.

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

Маршрутная карта:

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

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

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

– Сведений о материальном оснащении группы;

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

– Заключение и рекомендаций;

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

– Краеведческого задания.

Результаты краеведческой работы представляются в виде:

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

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

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

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

6 Индивидуальное задание

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах проведения на маршруте

Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.

Обращение за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации.

Взаимодействие со службами быстрого реагирования

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

Однако даже подготовленная туристская группа может оказаться в ситуации вынужденной автономии при резком изменении природных условий или в результате стихийного бедствия. При этом группа, как правило, выбивается из графика. Это в свою очередь ведет к увеличению продолжительности похода и, как следствие, в группе образуется нехватка продуктов.

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

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

Поэтому первое, что необходимо сделать в экстремальной ситуации, – успокоиться и объективно оценить сложившееся положение. Первые поступки под воздействием эмоций диктуются инстинктом самосохранения и далеко не всегда являются верными. Важно в момент возникновения аварийной или экстремальной ситуации не терять самообладания, не поддаваться страху, который мешает концентрации внимания, принятию верных решений.

Опасность надо постараться воспринять по частям, определив первоочередные из них и перспективные. Аварийная ситуация обычно возникает внезапно, и ее развитие не всегда можно прогнозировать. Поэтому порядок действий в таких ситуациях зависит от конкретной обстановки.

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

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

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

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

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

Как в аварийных, так и в экстремальных ситуациях в условиях природной среды первоочередные действия должны быть направлены на оказание первой медицинской помощи пострадавшим, затем – на устранение угрожающего фактора или быстрый уход от него. Параллельно с оказанием медицинской помощи надо приступить к строительству простейшего временного убежища, способного защитить пострадавших от ветра, снега, дождя или палящего солнца. В экстремальных ситуациях это только усугубит положение пострадавших. Надо помнить, что усугубление ситуации может произойти вследствие

резких изменений погоды. Поэтому надо постоянно следить за состоянием погоды и быть готовым к ее изменениям.

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

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

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

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

1) Если ваше местоположение не известно, то придерживались ли вы заданного (согласованного) маршрута на момент аварии? Если обнаружат ваше отсутствие, то первоначальные поиски будут производиться в районе вашего предполагаемого маршрута.

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

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

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

5) Знаете ли вы точно свое местонахождение? Если да, то как близко вы находитесь от какого-либо населенного пункта? Каков характер местности между вами и этим

населенным пунктом? Каковы климатические условия и возможные сложности предполагаемого маршрута передвижения? Сколько времени потребуется для выхода к этому населенному пункту?

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

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

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

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

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

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

- нет уверенности, что о происшествии знают и в ближайшее время будут организованы поиски группы;
- есть возможность правильно сориентироваться и определить направление к ближайшему населенному пункту, расстояние до которого невелико и состояние здоровья людей позволяет осуществлять движение;
- возникла непосредственная угроза жизни (лесной пожар, наводнение и т.п.);
- люди не могут быть обнаружены спасателями из-за окружающей их на этом месте густой растительности;
- в течение трех суток нет связи и помощи.

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

Перед выходом необходимо проверить одежду и обувь, тщательно упаковать и приготовить для переноски все необходимое (может быть, даже и огонь, если нет спичек).

До выхода надо решить первоочередную задачу – определить направление выхода.

Успешное решение задачи зависит от умения членов группы определить стороны света и ориентироваться на местности. Но главное при этом – определить направление, в котором наиболее вероятна встреча с людьми. При наличии карты и компаса сложность будет только в определении места нахождения группы. Если отсутствует и карта и компас,

то задача существенно осложняется. В таком случае определение направления выхода, сохранение этого направления во время движения будет целиком зависеть от умений членов группы.

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

Какими же соображениями надо руководствоваться, выбирая направление выхода?

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

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

Решение оставаться на месте происшествия принимается, если:

- сигнал бедствия или сообщение о месте происшествия переданы по телефону, по аварийной радиостанции или другим надежным способом;
- место происшествия точно не определено, местность незнакомая и труднопроходимая (горы, лес, глубокие овраги, болота, мощный слой снежного покрова и т.п.);
- направление на населенные пункты и расстояние до них неизвестны;
- большая часть людей не может самостоятельно передвигаться из-за полученных травм или заболеваний.

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

Во временном лагере, построив надежное укрытие из подручных средств, можно создать условия для нормального отдыха, длительного сохранения нормальной

жизнедеятельности, обеспечения ухода за больными и ранеными. Находясь на одном месте, легче организовать сбор съедобных растений, ягод.

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

- выбор наиболее подходящего места лагеря с учетом рельефа местности, близости дров и воды, отсутствия опасностей на его территории;
- определение места для строительства временного, но надежного жилища, мест для приготовления пищи, хранения продуктов, имущества, мусора и туалетов;
- определение типа временного укрытия, исходя из возможностей местности, наличия строительного материала и имеющихся инструментов;
- заготовка необходимых материалов и постройка укрытия;
- подготовка места для костра, заготовка достаточного количества дров и разведение огня.

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

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

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

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

Заключение

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

Турфирма «Чемодан» была основана в 2008г. Основным видом деятельности компании является въездной и выездной туризм, оформление виз в Китай и Японию. Турфирма является членом Российской ассоциации туристских агентств.

В ходе прохождения практики было выявлено, что в настоящее время фирма успешно работает на рынке. Данное предприятие амбициозно и вполне конкурентоспособно, имеет достаточно хорошую финансовую стабильность и способно выполнить свою работу в наилучшей форме для любого клиента.

Показатель качества обслуживания в турфирме определяется:

- а) оперативностью работы по подбору и организации туров по запросам клиентов;
- б) вежливостью обслуживания, которое выражается в радушии сотрудников туристской фирмы, их внимании к запросам каждого клиента, терпении при обсуждении маршрута;
- в) соответствием предлагаемого тура реальному содержанию;
- г) наличием согласования всех составных частей комплексного обслуживания.

Руководству предприятия удалось организовать достаточно эффективную систему хозяйствования как в отношении внутреннего окружения (персонал, управление конфликтами и стрессами), так и в отношении внешней среды (постановка маркетинговой деятельности, принятие различных управленческих решений).

Также анализ позволил определить основные направления по улучшению деятельности и дальнейшему успешному функционированию турфирмы: сохранение позиций на рынке, стабильный рост доли рынка за счет увеличения количества клиентов, расширение спектра предлагаемых фирмой услуг, интенсивное непрерывное творческое развитие и совершенствование всех производственных процессов, стабильное повышение уровня финансового благополучия фирмы и сотрудников, организация более качественной рекламы предприятия, проведение регулярных исследований относительно потребителей и конкурентов.

Список использованных источников

- 1 Турфирма ООО «Чемодан» [Сайт] – URL: <https://chemodantour.ru> / (Дата обращения: 22.06.2023).
- 2 государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: федеральный закон от 08.08.2001 N 129–ФЗ [Сайт] // СПС «КонсультантПлюс» – URL: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 22.06.2023).
- 3 О организационно–правовой форме предприятия [Сайт] // СПС «КонтурБухгалтерия» – URL: <https://www.b-kontur.ru/> (Дата обращения: 23.06.2023).
- 4 Федеральный закон от 27.12.2002 № 184–ФЗ «О техническом регулировании» (посл. ред. От 28.11.2018) [Сайт] // СПС «Консультант плюс» – URL: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 24.06.2023).
- 5 Бугорский, В. П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебник для СПО / В. П. Бугорский. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 165 с. (Дата обращения: 25.06.2023).
- 6 «ОК 029–2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14–ст) (ред. от 07.10.2016) [Сайт] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения: 26.06.2023).
- 7 Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. – 3–е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 191 с. (Дата обращения: 26.06.2023).
- 8 ГОСТ Р 50644–2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. Введен 01.07.2018 Все ГОСТы. [Сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/> (Дата обращения: 26.06.2023).
- 9 Клиенты с особыми потребностями в туризме [Сайт] – URL: <https://spravochnick.ru/> (Дата обращения: 26.06.2023).
- 10 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 14 ноября 1996 года № 132 – ФЗ (посл.ред. от 09.03.2021 N 45–ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2021. – № 49. – с. 5491 (Дата обращения: 26.06.2023).

Приложение А

Схема проезда к ООО «Чемодан», г. Владивосток

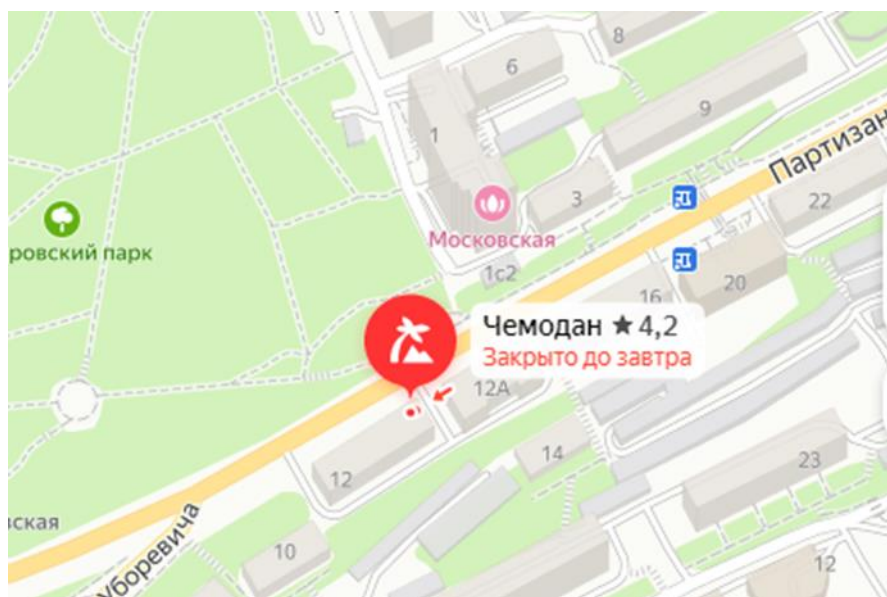


Рисунок А.1 – схема проезда к ООО «Чемодан»

Приложение Б

Схема организационной структуры ООО «Чемодан»



Рисунок Б. 1 – организационная структура предприятия ООО «Чемодан»

Индивидуальное задание по производственной (по профилю специальности) практике

Студентка Слепкова Юлия Александровна, обучающаяся на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 36 часов с «22» июня 2023 г. по «28» июня 2023 г. в организации Общество с ограниченной ответственностью «Чемодан», г. Владивосток, проспект Острякова 7а, кв.11.

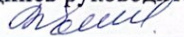
Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	1
2	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	5
3	Анализ событийных мероприятий предприятия. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Изучение технологий досуговой деятельности предприятия.	6
4	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращение за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	6
5	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания. Составление отчета руководителя туристской группы. Анализ претензий туристов.	6
6	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «22» июня 2023 г.

Срок сдачи отчета по практике «28» июня 2023 г.

Подпись руководителя практики

 / Ткаченко Е.В. преподаватель

Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Слепкова Юлия Александровна, обучающаяся на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную (по профилю специальности) практику в объеме 36 часов в с «22» июня 2023 г. по «28» июня 2023 в организации Общество с ограниченной ответственностью «Чемодан», г. Владивосток, проспект Острякова, 7а, кв. 11.

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	Отлично
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.	Отлично
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Анализ событийных мероприятий предприятия. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа	Отлично
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Проведение проверки готовности транспортных средств при	Отлично

	документацию о туристской поездке		
Итоговая оценка по ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов			
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Планирование программ турпоездов, составление программ тура и турпакета. Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	Отлично
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	Отлично
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	Отлично
Итоговая оценка по ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг			

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоены на продвинутом уровне

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

Дата 21 июня 2023 г.

Оценка за практику 5

Руководитель практики от предприятия

(подпись)
М.П.

(подпись)
Ф.И.О.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АКАДЕМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

Дневник

Студентка Слепкова Юлия Александровна

Курса 1 группы С-ТУ-22-1
База предприятия ООО «Чемодан»

Начало практики «22» июня 2023 г. окончание «28» июня 2023 г.

Владивосток 2023

ДНЕВНИК

прохождения производственной (по профилю специальности) практики

Студентка Слепкова Юлия Александровна
 Специальность/профессия «Туризм», специалист по туризму
 Группа С-ТУ-22-1
 Место прохождения практики Общество с ограниченной ответственностью «Чемодан»
 Сроки прохождения с «22.06.2023» по «28.06.2023»

Инструктаж на рабочем месте «22» июня 2023 г

подпись

Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
22.06.2023	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии.	5	
23.06.2023	Контроль наличия туристов	5	
	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут	5	
	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	5	
	Анализ событийных мероприятий предприятия	5	
	Изучение технологий проведения мероприятий разного типа	5	
24.06.2023	Изучение технологий досуговой деятельности предприятия	5	
	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте	5	
	Обращение за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации	5	
26.06.2023 27.06.2023	Взаимодействие со службами быстрого реагирования	5	
	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.	5	
	Составление отчета руководителя туристской группы.	5	
27.06.2023	Анализ претензий туристов.	5	
28.06.2023	Оформление отчёта практики	5	
	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель

М.П.




подпись


Ф.И.О.

Характеристика деятельности студента
Слепкова Юлия Александровна
группы С-ТУ-22-1 при прохождении производственной
(по профилю специальности) практики

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

ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	Высокий
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	Высокий
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	Высокий
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	Высокий
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания	Высокий
ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	Высокий

Руководитель практики (от организации) _____


подпись

(фамилия, имя, отчество, рабочий телефон)



Характеристика

Слепкова Юлия Александровна, студентка 1 курса, специальности «Туризм», проходил производственную практику в туристской фирме ООО «Чемодан» с «22» июня 2023 г. по «28» июня 2023 г., расположенной по адресу: г. Владивосток, Партизанский проспект 12.

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 практикант изучил экономические показатели предприятия, определил специализацию, ознакомился с развитием различных направлений туризма. Оказал помощь сотрудникам в работе на компьютере и заполнении необходимой документации.

За время прохождения практики зарекомендовал себя с положительной стороны. К порученным заданиям относился добросовестно, умело применяя знания, полученные в колледже.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации _____

Гой. А.А



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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Сlepкова Юлия Александровна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-22-1
согласно приказу ректора № _____ -с от _____ года
направляется в ООО "Чемодан", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 1 неделя с 22.06.2023 года по 28.06.2023 года.

Руководитель практики Ткаченко Е.В. Академический колледж



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "ЧЕМОДАН"	22.06.2025	
ООО "ЧЕМОДАН"	28.06.2025.	