



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов


ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

программы подготовки специалистов среднего звена

43.02.10 Туризм

период с «11» мая по «21» июня 2022 года

Студент группы С-ТУ-21-1



подпись

Кузьмина М.П.

Наименование предприятия:

ООО «Бизнесинтурсервис»

Руководитель практики от предприятия

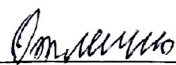


подпись

Ермакова В.Н.

Отчет защищен:

с оценкой



Руководитель практики от ООО



Ермолович Л.О

Владивосток 2022

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Бизнесинтурсервис».....	5
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Бизнесинтурсервис»	5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений	8
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия	10
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия.....	12
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.	12
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта	16
4 Система обеспечения безопасности	20
5 Технология формирования профессиональных компетенций	23
6 Индивидуальное задание	44
Заключение.....	47
Список использованных источников	49
Приложение А.....	50
Приложение Б	51

Введение

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [1].

Туризм – это многогранное и сложное явление, сочетающее экономические, социальные, культурные и экологические аспекты, имеет неисчерпаемый потенциал для постоянного прогресса, связано со многими отраслями экономики, что приводит к его ведущему месту в социально-экономической жизни стран и народов. Туризм – динамичная сфера человеческой деятельности, фактор экономического и культурного развития, защиты окружающей среды и историко-культурного наследия, международного взаимопонимания, мира, соблюдения прав человека и его основных свобод. Туризм – экономичный источник создания новых рабочих мест, получения прибыли и развития инфраструктур. Таким образом туризм – это неотъемлемая составляющая так или иначе всех сфер деятельности человека.

В настоящее время существует огромное разнообразие видов туризма и предлагаемых туристских путевок, начиная расслабляющим отдыхом недалеко от дома и заканчивая путешествиями в самые неизведанные уголки планеты. Всё потому, что современный туризм это не просто мода или увлечение, это – жизненная потребность большинства людей. Все ведущие турфирмы города Владивостока могут предложить своим клиентам достойное разнообразие туров и прилагающихся к ним услуг. Наиболее важным для успешного развития туристского предприятия является профессионализм сотрудников, их слаженная, качественная и продуктивная работа, создание здоровой и дружелюбной атмосферы как внутри рабочего коллектива, так и в процессах взаимодействия со своими клиентами, с целью добиться соответствующего впечатления и создания положительной репутации.

Место прохождения практики – туристическая компания ООО «Бизнесинтурсервис». Компания была основана в мае 1993 года. За это время турфирма «Бизнесинтурсервис» зарекомендовала себя как надежный, добросовестный деловой партнер и сегодня по праву называется одной из ведущих туристических компаний на территории Приморского края.

Целью прохождения практики является – приобретение практических навыков самостоятельной работы в основных функциональных подразделениях туристского предприятия, социально-культурного сервиса и туризма и изучение их работы, изучение основ менеджмента организации.

Задачи практики состоят в следующем:

– ознакомление с предприятием и общими сведениями предприятия;

- рассмотрение и анализ производственной деятельности предприятия;
- участие в деятельности предприятия;
- изучение особенностей организации обслуживания клиентов на предприятии;
- анализ трудовых ресурсов предприятия;
- закрепление полученных в процессе обучения теоретических знаний;
- закрепление и расширение теоретических и практических навыков применительно к профилю будущей работы;
- овладение навыками самостоятельной работы и контроля результатов своей деятельности;
- овладение навыками сбора материалов для написания научных работ;
- сбор материалов, необходимых для составления отчета о прохождении практики.

Объектом исследования является туристическая компания ООО «Бизнесинтурсервис».

В процессе прохождения практики я ознакомилась с деятельностью туристической организации ООО «Бизнесинтурсервис». При этом я получила основную информацию о деятельности данной компании, о проектах, выполняемых ей в данное время или ранее, а также получила наглядное представление о необходимом уровне профессиональной подготовки специалистов, закрепила и расширила уже имеющиеся теоретические и практические знания и навыки.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Бизнесинтурсервис»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «Бизнесинтурсервис»

Все ведущие турфирмы города Владивостока могут предложить своим клиентам достойное разнообразие туристских путевок и прилагающихся к ним услуг. Большинство компаний отдают свое предпочтение разработке и организации выездных путешествий (аутгоинг), иными словами, специализируются на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы. Объяснить это можно тем, что аутгоинг признан одной из самых активно и динамично развивающихся сфер туристского бизнеса.

Туристическая компания «Бизнесинтурсервис» расположена по адресу: 690000, г. Владивосток, ул. Нижнепортовая 1 (Морской вокзал), офис 222 (второй этаж). Часы работы: понедельник-пятница 11:00-17:00, суббота-воскресенье выходной. Телефоны: (423) 249-73-93, (423) 230-01-46, факс: (423) 241-18-29 (Приложение А).

Общество с ограниченной ответственностью «Бизнесинтурсервис» является крупным туроператором по выездному туризму и более 20 лет является одним из лидеров туристической отрасли Приморского края, была основана в мае 1993 года. За это время туристическая компания «Бизнесинтурсервис» зарекомендовала себя как надежный, добросовестный деловой партнер. Организация включена в Единый реестр туроператоров МВТ 016951 и имеет финансовое обеспечение в размере 30 млн. рублей. Компания на протяжении многих лет участвует в благотворительных акциях в рамках города и края, постоянно оказывает спонсорскую помощь, имеет грамоты и сертификаты, официально подтверждающие признание компании как добросовестной и успешной организации, имеет благодарности от Администрации города и края, а также от Комитета по туризму.

За время своей деятельности компания являлась Генеральным агентом по набору пассажиров на т.х. «А. Нежданова», т.х. «М. Шолохов», т.х. «Русь», выполняющих интернациональное сообщение по маршруту Владивосток – п. Фусики (Япония) – Владивосток. Компания «Бизнесинтурсервис» была и остается одним из самых крупных операторов по Японскому направлению и предлагает индивидуальные и групповые туры в любой уголок сказочной Японии.

«Бизнесинтурсервис» предлагает полный перечень тур услуг в различные страны мира. Компания является туроператором по Юго-Восточной Азии и турагентом в страны Европы, Скандинавии и Африки. Сотрудничает с ведущими туроператорами г. Москвы и г. Санкт-Петербурга. Надежные связи с лучшими зарубежными туроператорами и выгодные контакты

с авиакомпаниями и отелями позволяют обеспечить клиентов самым высоким уровнем сервиса.

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

Туристическая компания «Бизнесинтурсервис» является обществом с ограниченной ответственностью, что представляет собой организационно-правовую форму, которая актуальна и востребована на текущем этапе экономического развития Российской Федерации. Гражданский кодекс РФ дает следующее определение ООО: Обществом с ограниченной ответственностью признается хозяйственное общество, уставной капитал которого поделен на доли; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей [2].

Дело в том, что открытие ООО инициируют учредители (один или несколько, их может быть до 50). Учредитель (учредители) формирует уставной капитал – это своеобразный фонд, в который могут быть вложены денежные средства, ценные бумаги, материальные ценности и имущественные права.

Доля каждого из учредителей в уставном капитале фиксируется. Минимальный размер уставного капитала для создания ООО – 10 тыс. руб.

Особенность ООО заключается в том, что по своим обязательствам (коммерческим, финансовым) общество несет ответственность только в размере уставного капитала. Именно поэтому ответственность ООО является ограниченной.

Предприниматели выбирают для турфирмы эту организационно-правовую форму из-за сниженных рисков. Если возникнут проблемы, которые сделают невозможными выплаты по обязательствам, не будет риска для собственного имущества. По долгам ООО отвечает принадлежащим ему имуществом и уставным капиталом.

Однако если задолженность перед контрагентами или кредиторами была вызвана преднамеренными действиями одного или всех учредителей, их привлекут к субсидиарной ответственности. В таком случае им придется использовать собственное имущество для выплаты долгов.

Результативность управления турагентством в такой ситуации повышается. Несколько партнеров могут объединяться в одном обществе как соучредители и приносить пользу в разных направлениях. Интересы всех сторон защищены законодательством.

Туристическому предприятию, оформленному как ООО, доступны возможности масштабирования бизнеса. Один учредитель может открывать несколько обществ в разных городах, которые выступят в качестве филиалов [3].

Ко всему прочему, преимуществом представляется и повышенная привлекательность в глазах клиентов. Они с большим желанием сотрудничают с турфирмами, оформленными и зарегистрированными как общество с ограниченной ответственностью с привлекательным наименованием.

Все документы туристической компании ООО «Бизнесинтурсервис» условно можно разделить на три группы:

- 1) учредительные и иные разрешительные документы;
- 2) документы, которые относятся к разработке туров;
- 3) документы, которые выдаются туристам.

Вся документация турфирмы зависит от выбранной ее руководителем формы собственности. Наиболее распространенной формой собственности в сфере туризма является общество с ограниченной ответственностью (ООО), реже предприниматели выбирают индивидуальное предпринимательство (ИП), еще реже – акционерное общество (АО).

Для государственной регистрации ООО «Бизнесинтурсервис» были подготовлены следующие документы:

- устав;
- учредительный договор;
- протокол общего собрания участников общества;
- квитанция об оплате в Сбергательном банке государственной пошлины в связи с регистрацией предприятия;
- заявление установленной формы о государственной регистрации юридического лица при создании, подписанное любым из учредителей в присутствии нотариуса.

Уставной капитал общества составляет из вкладов его участников и определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Уставной капитал ООО «Бизнесинтурсервис» был установлен в размере 12.000,00 руб.

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

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

принимаемых в Общество. Также говорится, в каких случаях происходит переход доли участника в уставном капитале общества к другим участникам Общества и третьим лицам, каким имуществом может владеть Общество (вклады участников, доходы, получаемые от хозяйственной деятельности Общества), кто являются органами управления Общества, когда проводится очередное общее собрание участников Общества, а когда внеочередное, о документации, сделках. ООО «Бизнесинтурсервис» относится к туроператорам.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура предприятия — это модель, формирующая иерархию внутри компании. Она схематично выражает направления работы компании, взаимосвязь сотрудников и распределение ответственности, прав и обязанностей.

Модель напрямую зависит от целей и задач бизнеса, участников, бюджета и других факторов. Поэтому организационные структуры организации могут быть разными. Но они всегда основываются на трех базовых элементах:

1) управление – важно понимать, кто и за какие решения отвечает. Определить одного лидера или нескольких управляющих, которым вверят отдельные сферы ответственности;

2) внутренний порядок – в компании есть свои правила, отвечающие ее концепции. Политика фирмы может включать любые пункты: этикет общения, дресс-код, принципы управления, система решения конфликтных ситуаций и т.д. Некоторые пункты можно включить в корпоративные документы. Другие могут быть негласными;

3) распределение обязанностей – структура показывает, какие задачи выполняют отдельные сотрудники, отделы, управляющие, директора и все остальные субъекты фирмы [4].

«Бизнесинтурсервис» соответствует всем требованиям стандартизации в соответствии с законом о туристской деятельности.

На сегодняшний день штат сотрудников фирмы составляет 4 человека.

В общем виде организационную структуру турфирмы «Бизнесинтурсервис» можно определить как линейную и представить в виде схемы (Рисунок 1). Линейная организация предполагает относительную автономность в работе. Такой простой подход к группированию работ и людей, осуществляется, когда выполняемые работы очень однотипны, а люди - не дифференцируются.



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия ООО «Бизнесинтурсервис»

В обязанности генерального директора туристического агентства входит – организация работы созданного собственного туристического агентства: общее руководство работой сотрудников, контроль сроков оплат турпродукта. Заключение договоров с партнерами-туроператорами. Планирование развития предприятия, и новых направлений в компании.

Туристическая фирма «Бизнесинтурсервис» имеет бухгалтера, который занимается всеми вопросами, связанными с бухгалтерией, налогообложением, маркетингом и менеджментом. Также бухгалтером производится начисление заработной платы сотрудникам предприятия.

Персонал туристической компании «Бизнесинтурсервис» отвечает следующим требованиям:

1) знание Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», закона Российской Федерации «О внесении изменений и дополнений в закон о защите прав потребителей» от 16.10.1996 г. с поправками;

2) знание Международных договоров в Российской Федерации в сфере туризма, Международных документов сферы туризма, системы международных стандартов;

3) знание нормативных документов, определяемые требования к безопасности туристских маршрутов ГОСТ Р 50644-94, ГОСТ Р 50681-94, ГОСТ Р 60690-94;

4) знание иностранных языков в объеме, соответствием выполняемой работе;

5) повышают свою квалификацию на курсах, семинарах, ездить в рекламно-информационные туры;

6) знание собственных должностных обязанностей.

Управленческая структура ООО «Бизнесинтурсервис» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы. Для работы с клиентами компания имеет собственный, современный офис, полностью оснащенный необходимым

техническим оборудованием и обширной информацией в виде буклетов, проспектов и наглядной информации.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Туристическая компания «Бизнесинтурсервис» предлагает полный перечень тур услуг в различные страны мира. Компания является туроператором по Юго-Восточной Азии, что является ее основной специализацией, и турагентом в страны Европы, Скандинавии и Африки.

«Бизнесинтурсервис» предлагает своим клиентам индивидуальные и групповые поездки по следующим направлениям: Россия, Приморский край, Вьетнам, Гуам, Гонконг, Индонезия, Камбоджа, Канада, Лаос, Мьянма, Северная Корея, Сингапур, Таиланд, Тайвань, Турция, Филиппины, Шри-Ланка, Южная Корея, Япония и др. По видам отдыха туристическая компания «Бизнесинтурсервис» предлагает клиентам свадебные, образовательные и оздоровительные туры, морские круизы и туры для детей. Предоставляет различные партнерские программы, такие как авиатуры по Европе, автобусные туры по Европе, групповые туры по Европе, туры в экзотические страны, туры в Латинскую Америку и на Ближний Восток, туры в Австралию и Новую Зеландию, туры по США, туры по Санкт-Петербургу, курорты и санатории в России, образование в 30 странах мира.

Дополнительно туристическое агентство «Бизнесинтурсервис» оказывает своим клиентам следующие виды услуг:

- бронирование железнодорожных и авиабилетов, чартеров, гостиниц, круизов, автомобилей в аренду, трансферов (переездов из аэропортов в гостиницы и обратно), питания, экскурсий, развлечений, специальных туристических пакетов);
- при необходимости - изменение или отмена ранее сделанных заказов, осуществление возврата уплаченных сумм;
- распространение рекламной литературы;
- консультирование клиентов по различным вопросам: климат, обычаи, визовые требования в различных странах и т.п.;
- оптимизация маршрутов и стыковка рейсов для клиентов с поиском лучших расценок;
- оформление путевой документации.

Миссия компании «Бизнесинтурсервис» – создание комфортных условий для партнеров и клиентов, чтобы покупка туров и сопутствующих услуг у нас была осознанным выбором, комфортной и экономически выгодной сделкой на долгие годы.

Цель компании «Бизнесинтурсервис» – успешное функционирование компании на рынке туристической индустрии в соответствии с принципами рыночной экономики и свободного предпринимательства в рамках действующего законодательства РФ.

Для реализации данной цели компания ставит перед собой следующие задачи:

- непрерывное развитие бизнеса, расширение сложившегося круга партнеров и клиентов;
- упрочнение собственных позиций на рынке;
- организация продажи туристского продукта в соответствии с современными методами торговли, а также с использованием специфики и особенностей туристского рынка;
- полное и широкое освещение возможностей отдыха и путешествий по всем имеющимся турам, курортам, туристским центрам и др.; продвижение этой информации рекламным образом;
- разработка и следование единой маркетинговой стратегии.

Поставленные цели и задачи компания «Бизнесинтурсервис» реализует посредством следующих методов:

- грамотное стратегическое планирование работы компании с учетом постоянного развития туристического рынка;
- подбор квалифицированного персонала, добросовестно выполняющего свою работу в интересах компании и клиентов;
- анализ рынка;
- гибкость и индивидуальный подход в отношениях с клиентами.

Конкурентная среда на рынке туризма заставляет туристские фирмы искать свою нишу путем приспособления к реальному спросу с учетом различий между отдельными группами потребителей. «Бизнесинтурсервис», благодаря многолетнему опыту профессиональной работы и добросовестному отношению к своим клиентам, может предложить возможности отдыха и путешествий любому потребительскому сегменту.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия «Бизнесинтурсервис»

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии.

Культура предприятия

Культура предприятия – это социальная, морально-этическая и материальная среда, которая формируется внутри организации, трансформируется в корпоративный образ мышления и корпоративные нормы поведения членов организации и которая, таким образом, становится системообразующим фактором консолидации и развития организации [5].

Для лучшего понимания культуры организации, обратимся к схематичному рисунку, на которой представлены элементы, формирующие культуру организации (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Элементы культуры организации

Культура предприятия проявляется в разделяемых членами организации ценностях, нормах, привычках, традициях, ритуалах, в стиле поведения. Она также проявляется в некоторых материальных элементах, таких как фирменный дизайн (логотип, эмблемы, товарный знак, стиль оформления деловой документации, одежды, значков, сувениров, календарей и пр.), архитектурное оформление (внешний вид помещения, благоустройство, чистота, организация подходов и подъездов), организация производственной среды (интерьер, оформление рабочих мест, оснащенность современной мебелью, оборудованием и средствами

труда, включая электронные, информационные, коммуникационные) [6]. Туристическая компания «Бизнесинтурсервис» очень внимательно и профессионально подходит к вопросу организации обслуживания своих клиентов, благодаря чему получила признание на международном уровне и получила статус ответственного, надежного и добросовестного партнера.

Организационная культура повышает эффективность работы команды и решает задачи, как индивидуального развития сотрудников, так и развития организации в целом, являясь наряду с системами рыночного, технического и бюрократического контроля важной менеджерской стратегией контроля трудового процесса. Она создает предпосылки для формирования устойчивого и эффективно работающего коллектива, четко представляющего миссию и цели организации.

Управление организационной культурой осуществляется с помощью таких мер, как контроль руководителем ее состояния, обучение персонала, подбор достойных кадров, широкое использование и пропаганда символики, поддержка системы стимулирования и прочие. Организационная культура – это некая сложная «материя», объяснение, понимание и применение которой основано не столько на теории, сколько на её ощущении и восприятии. Многие ее объективные аспекты создают некий эмпирический фон в турфирме, который повышает эффективность ее работы [7].

К менеджерам туристских предприятий предъявляются специфические требования, такие как, понимание природы управленческой работы и процессов менеджмента, знание должностных и функциональных обязанностей, путей достижения поставленных целей и повышения эффективности работы предприятия. В том числе, умение пользоваться современными информационными технологиями и средствами коммуникации, которые необходимые в процессе руководства, владение искусством управления человеческими ресурсами и отладка внешних связей, способность к самооценке, умение строить правильные заключения и беспрерывно повышать квалификацию.

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

Условия труда в компании ООО «Бизнесинтурсервис» соответствуют всем принятым стандартам. Помещения для работы просторные, комфортные. Оборудование в офисе соответствует общепринятым российским и мировым стандартам. Все необходимое для работы персонала имеется у фирмы. У каждого рабочего места есть специально

оборудованный шкаф для личных вещей, есть комната отдыха, на рабочем этаже есть санитарный узел, отведенный специально для работников компании.

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

Для достижения этой цели менеджеры ООО «Бизнесинтурсервис» должны проводить маркетинговые исследования туристского рынка, знать сильные и слабые стороны своих маршрутов по сравнению с конкурентами. Менеджеры турфирмы регулярно участвуют в собраниях фирмы, проводимых для обмена опытом и обсуждения различных затруднительных ситуаций; владеют краткой информацией обо всех направлениях, о наличии «горящих» путевок и, таким образом, постоянно в курсе текущих дел фирмы.

Важнейшим аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с клиентом. Сотрудники фирмы, непосредственно участвуют в процессе продажи, умеют красиво представить свои маршруты, но также и профессионально владеть 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. Общение менеджера с клиентом может быть, как по телефону, так и лично. Телефонный разговор с клиентом должен быть кратким, но информативно полным.

При общении с клиентом по телефону менеджеры ООО «Бизнесинтурсервис» отвечают абоненту приветливым голосом, активно поддерживают интерес к беседе, не перебивают его, не позволяют себе раздражительного тона в случае, если клиент переспрашивает.

Менеджер обязан сразу уделить внимание клиенту, пришедшему в фирму. Если менеджер занят неотложными делами, он должен любезно попросить клиента немного подождать, предложив ему рекламную продукцию фирмы по маршруту, который интересует клиента.

Работа с клиентом состоит из следующих этапов:

- 1) подготовительная работа;
- 2) консультирование по телефону и в офисе по туру и другой информации;
- 3) подача клиентом запроса по телефону или непосредственно;
- 4) отправка запроса партнеру или получение информации по телефону;
- 5) бронирование тура и предоплата;
- 6) получение от клиента денег и оформление путевки;
- 7) оформление путевки, подготовка памяток для туристов;
- 8) проводы туриста и контроль.

Основные правила, которых придерживаются работники туристической компании «Бизнесинтурсервис» во время обслуживания клиентов:

1) не заставляйте клиента ждать. Улыбнитесь, предложите ему стул, чашку чая или кофе;

2) обсуждая поездку с клиентом, выберите и предложите вниманию клиента брошюры и другую имеющуюся у вас рекламную литературу, соответствующую его интересам;

3) в разговоре с клиентом постарайтесь произвести впечатление знающего человека, который сам побывал в том месте, которое он предлагает клиенту;

4) в ходе беседы сравнивайте достоинства и недостатки аналогичных пакетов, гостиниц и т.д. в разных местах;

5) никогда не обманывайте клиента: во избежание будущих неприятностей убедитесь, что у клиента нет каких-либо необоснованных ожиданий, что он четко знает, чего ему ожидать от приобретаемой поездки;

6) советуя клиенту, что выбрать, никогда не "заключивайтесь" только на одном курорте, одном конкретном пакете или гостинице;

7) при необходимости не бойтесь деликатно "подтолкнуть" сомневающегося клиента, однако при этом не перегните палку;

8) продав клиенту тур, обязательно проинформируйте его о погоде в выбранном им месте отдыха, посоветуйте, что взять с собой, скажите несколько слов о местных нравах, обычаях, достопримечательностях и ночных развлечениях;

9) будьте всегда в курсе рисков и возможных неудобств в популярных местах отдыха, связанных с их климатом, санитарным состоянием, политической ситуацией, уровнем экономического развития, преступностью и т.д. При необходимости, обязательно предупредите клиента о рисках. В случае поездки в "экзотические" места или для занятий рискованными видами спорта – посоветуйте клиенту приобрести специальную медицинскую страховку или полис страхования жизни.

Несомненно, работа с клиентом должна продолжаться и после завершения путешествия. Работа менеджера с клиентом не должна ограничиваться деятельностью в рамках тура. Менеджеру рекомендуется проявить внимание к клиенту, и после завершения путешествия, поинтересоваться его впечатлениями от поездки, узнать мнение клиента о качестве предоставленных ему услуг. Качественное обслуживание клиентов – это залог жизни и процветания любого бизнеса. Вы можете предлагать подарки и сокращать цены, чтобы получить новых клиентов, но, если вы не в состоянии заставить этих клиентов вернуться к вам, ваш бизнес не сможет долго оставаться прибыльным.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение туристического (туристского) продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта, в состав которых может входить: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, издание каталогов, буклетов и т. д. [8].

В ситуации увеличения количества турфирм, возрастания конкуренции, возникла необходимость не просто сообщать о появлении нового турпродукта, а привлекать и удерживать клиентов. Использование технологии продвижения турпродукта на рынок и адаптация ее компонентов с учетом особенностей фирмы, турпродукта и потребителей, в значительной степени улучшила положение многих туристских фирм. Сегодня существует множество различных способов продвижения турпродукта и продолжается разработка новых, позволяющих получить конкурентное преимущество, что особенно важно в сфере сервиса и туризма, где уровень конкуренции достаточно высок.

Для разработки технологии продвижения и стимулирования сбыта турпродукта туристической организации необходимо провести исследования туристского рынка и его компонентов:

- исследование туристского рынка;
- исследование конкурентов;
- исследование туристского продукта;
- исследование потребителя туристского продукта.

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», продвижение турпродукта – 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.д. [9]. Иными словами, продвижение турпродукта предполагает проведение различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулирование возникновения у них желание его купить.

Перед началом мероприятий по продвижению турпродукта необходимо изучить сам турпродукт, определить стадию его жизни на рынке, его характерные особенности, достоинства и недостатки.

Затем необходимо определить круг потенциальных потребителей этого турпродукта, чтобы в мероприятиях по продвижению сделать акцент на деталях, важных для туриста.

Далее необходимо выбрать метод и направление.

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях:

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

Необходимость использования рекламы в сфере сервиса и туризма обусловлено особенностями туристской (неосязаемость, неспособность к хранению, неразрывность производства и потребления). Реклама является самым дорогостоящим элементом комплекса продвижения продукта. От того, насколько правильно будут определены цели рекламы, выбраны средства ее распространения, разработаны рекламные обращения с учетом целевой аудитории и многого другого зависит конечный результат рекламных мероприятий, окупаемость вложенных средств и получение того эффекта, на который рассчитывает туристское предприятие. Следовательно, для того чтобы усилия и затраты принесли необходимый результат, необходим системный и комплексный подход к осуществлению рекламной деятельности.

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

Туристическая компания «Бизнесинтурсервис» для наиболее эффективного продвижения своего продукта на рынке использует следующие виды рекламы:

- 1) внешняя реклама:
 - билборды;
 - реклама на баннерах;
 - ситилайты (рекламные конструкции, устанавливаемые на тротуарах и вдоль проезжей части в местах интенсивного пешеходного движения) [10].

Данный вид относится к имиджевой рекламе и нацелены в первую очередь на то, чтобы Ваше турагентство стало на слуху у жителей.

- 2) рекламная полиграфия:
 - листовки и рекламные буклеты;
 - афиши.

Рекламная продукция должна быть обязательно, именно в ней туристическое агентство может рассказать о турах, новых предложениях и акциях, которые предлагает и которыми планирует заинтересовать потенциальных клиентов.

3) реклама в интернете:

- сайт туристического агентства;
- группы в социальных сетях;
- реклама на сторонних сайтах.

4) другие средства рекламы, к которым можно отнести рекламные стенды на международной и национальной туристических выставках, рекламу на транспорте, рекламу в местах продажи, сувенирную рекламу.

Интернет – самый динамичный сегмент рекламного рынка. По данным Ассоциации Коммуникационных Агентств России его объем в январе-марте 2018 года составил 44 миллиарда рублей – это на 22% больше, чем в тот же период прошлого года. Телевидение (13%) и радио (5%) существенно отстают от Сети, а популярность рекламы в прессе продолжает снижаться (минус 12%) [11]. Несомненно, будущее рекламного рынка связано с интернетом.

В сравнении с традиционными способами продвижения — роликами на телевидении и радио, объявлениями в прессе и наружной рекламой — реклама в интернете обходится намного дешевле, а работает ничуть не хуже. Аудитория интернета огромна — ежедневно в Сеть выходят 5 миллиардов людей, и у каждого из них есть шанс увидеть вашу рекламу.

Эффективная реклама доступна практически каждому вне зависимости от рекламного бюджета. Однако здесь хочется оговориться, что при нерациональном расходовании бюджета, также возможно принести значительные убытки, поскольку к разработке рекламы необходимо подходить со знанием дела и рассматривать выбор рекламных каналов и их наполнения с профессиональной точки зрения, только при выполнении этих условий возможно создание эффективной рекламы.

Концепцией маркетинга предусмотрено, что рекламная деятельность турфирм через СМИ дополняется прочими средствами, способствующими активизации продажи туристских услуг и призванными ускорить или усилить положительную реакцию потребителей на коммерческое предложение фирм. Эти меры направлены на потенциального туриста — потребителя туристских услуг, а также на турагентов и других посредников.

Основной задачей этих мер является поощрение более интенсивного потребления предлагаемых туров или отдельных услуг, побуждение приобрести услуги, которыми потребитель ранее не пользовался, привлечение внимания к туристскому предложению тех, кто покупает туры у конкурентов.

Применительно к розничным турагентствам этими задачами являются: поощрение продажи новых туристских услуг; подрыв мер стимулирования, используемых конкурентами; формирование приверженности к сотрудничеству и проникновение туроператора со своим предложением на новые сбытовые территории [12].

Для стимулирования потенциальных клиентов туристической компанией «Бизнесинтурсервис» используются:

1) скидки с цен на туры, например, в случае предварительного их бронирования ранее установленной даты. Скидки на «горящие путевки», цель которых заинтересовать большее число покупателей низкой ценой на путевки;

2) предоставление дополнительного бесплатного обслуживания в течение одного — трех дней, если турист купит тур с максимальной продолжительностью поездки. Предоставление бесплатного тура после приобретения шести восьми туров;

3) включение в комплексное обслуживание некоторых бесплатных дополнительных услуг (посещение дискотеки, пляжа, пользование площадками для мини-гольфа, теннисными кортами и др.);

4) раздача фирменных сувениров (дорожных сумок, шариковых ручек, зажигалок и т. п.) покупателям туров, организованных фирмой «Бизнесинтурсервис». Таким образом, делается расчет на поднятие авторитета в глазах покупателя и вовлечение их в число постоянных клиентов фирмы;

5) оказание особого внимания при обслуживании постоянных клиентов фирмы путем размещения их в более престижных номерах гостиницы, на лучших местах в ресторане, подношения цветов и фруктов, дорогостоящих сувениров, рассылки поздравлений по случаю праздников, торжественных дат и прочее.

4 Система обеспечения безопасности

Одним из важнейших элементов организации туризма является обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов.

Опасности физического и социального характера должны приниматься в расчет субъектами индустрии туризма, которым следует минимизировать и предотвращать разнообразные угрозы безопасности туристской деятельности.

Обеспечение безопасности предусматривает целый комплекс мероприятий в рамках национального законодательства, гарантирующих безопасность перемещения туристов по территории государства, их пребывания, сохранность здоровья, жизни и имущества.

Система обеспечения безопасности в туризме включает:

- субъекты обеспечения безопасности туризма, в том числе 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 туризма;
- систему правовых норм, регулирующих отношения в сфере безопасности туризма (законодательство в указанной сфере);
- различные виды юридической и иной деятельности по обеспечению безопасности туризма;
- меры и требования безопасности туризма;
- культуру безопасности и правовую культуру в сфере безопасности туризма.

Безопасность туристов и защита в области туризма связаны с большим количеством правил и постановлений, которые должны выполняться не только туристской администрацией, но и целым рядом других административных органов, работающих в различных экономических и социальных секторах (финансы, здравоохранение, охрана окружающей среды, развитие территорий, энергетика, занятость и т.п.), и прежде всего в частном.

Таким образом, вопросы обеспечения безопасности в туризме можно рассматривать по следующим направлениям:

- личная безопасность туристов и их имущества, обеспечение которой является важнейшей задачей национального развития туризма и международного сотрудничества;
- безопасность окружающей среды в местах массового пребывания туристов, безопасность туристских объектов;
- безопасность национальных интересов, принимающих государств.

Обеспечение безопасности по всем указанным направлениям является важнейшей заботой и первоочередной задачей всех структур, вовлеченных в туристскую

деятельность. Поэтому следует также сказать о том, что обеспечение безопасности в туризме осуществляется на различных уровнях, включающих в себя: туристские предприятия; администрации туристских центров; местные власти; национальные органы по туризму и центральные власти государств; международные организации и межгосударственные органы. Каждый из этих уровней должен вносить свой вклад в обеспечение безопасности в туризме.

Цели безопасности туризма:

– создание и поддержание на основе соблюдения баланса интересов системы туризма, ее подсистем и элементов, иных объектов безопасности в сфере туризма необходимого уровня защищенности от внутренних и внешних угроз безопасности;

– обеспечение надежного существования и возможности прогрессивного развития системы туризма, ее подсистем и иных элементов, иных объектов безопасности в сфере туризма в условиях неопределенности.

Создание и поддержание необходимого уровня защищенности объектов безопасности туризма предполагают такое состояние системы туризма, ее подсистем и иных элементов, при котором обеспечивается реализация целей государственной политики в сфере туризма, целей единой государственной политики в области обеспечения безопасности, а также высокий уровень политико-правового, социально-экономического, экологического, культурного развития Российской Федерации, неуязвимость и независимость ее интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам и воздействиям [13].

Туристские предприятия (туроператоры, турагенты), являясь основным элементом системы туризма, обязаны в первую очередь заботиться о безопасности своих клиентов. Говоря об обеспечении мер безопасности туристским предприятием, следует сказать о том, что большинство из них осуществляется на стадии организации. Выбирая партнеров, место назначения, планируя построение маршрута, средства транспорта и другие элементы тура, туристское предприятие не должно забывать об обеспечении личной безопасности и сохранности имущества туристов. Совершенно недопустимым является разработка туров в места ведения боевых действий или прилегающие к ним районы, в страны, где ощутимой является деятельность террористических организаций, в места, где существует опасность заболевания острыми эпидемическими заболеваниями или введен медицинский карантин.

Для ряда специализированных туров, прежде всего в активном туризме, туристское предприятие обязано обеспечить надлежащий контроль за состоянием здоровья туристов. К таким турам относятся альпинизм, спуски по горным рекам, экстремальный туризм, туристские походы и т.п.

При организации поездок в государства, где существует опасность заболевания эпидемическими болезнями, туристское предприятие должно соблюдать установленный порядок вакцинации (прививок) с выдачей соответствующих медицинских сертификатов. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) разработала «Требования к свидетельству о прививках при поездке за границу», которые являются практическим руководством для туристских предприятий и самих туристов. ВОЗ выпускает также «Эпидемиологический ежегодник» и рекомендации, призванные уменьшить возможность распространения опасных инфекций, в том числе через туризм. К числу карантинных заболеваний международной значимости относятся: чума, оспа, холера, желтая лихорадка. Существуют определенные медико-санитарные правила, позволяющие избежать опасных инфекционных заболеваний при путешествии. Эти правила должны в обязательном порядке выдаваться в виде информационного листка клиентам до начала поездки.

Помимо организационных мероприятий туристское предприятие обязано проинформировать туристов о возможных опасностях в той или иной стране и о порядке действий в случае угрозы их безопасности или сохранности имущества.

При выборе транспортных средств туристская компания должна обеспечить безопасность транспортировки туристов, предоставляя для этого технически исправный транспорт, квалифицированных водителей, а в случае передвижения колонной обеспечить ее сопровождение дорожной полицией.

При организации групповых туров очень часто обеспечивается сопровождение группы представителем туристского предприятия. Его задачи в основном сводятся к обеспечению полноты выполнения предусмотренной программы. Вместе с тем наличие сопровождающего или представителя туристского предприятия в группе должно рассматриваться также с точки зрения соблюдения требований безопасности.

Администрация туристских центров обязана обеспечить в своей деятельности меры безопасности туристов и отдыхающих, находящихся в этих центрах. Меры безопасности должны быть предусмотрены на случай возникновения пожара, стихийных бедствий, массовых заболеваний и быть достаточными, чтобы предотвратить или свести к минимуму последствия возникновения таких опасностей, вплоть до экстренной эвакуации туристов. Туристские центры должны иметь систему внутренней безопасности, предотвращающую посягательство на жизнь, здоровье и имущество туристов. Помимо этого, администрация туристских центров должна информировать туристов о порядке их действий в случае возникновения опасности.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

5.1 Предоставление турагентских услуг

1) Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

Изучение методов определения потребности заказчика в турфирме под обслуживанием понимается система трудовых операций, полезных действий, различные усилия, которые осуществляют производители сервисного продукта по отношению к потребителю, удовлетворяя, его запросы и предоставляют ему предусмотренные блага и удобства.

К примеру, у менеджера, работающего в туристской фирме, есть важное преимущество перед другими торговыми агентами. Дело в том, что менеджер выявляет и анализирует потребности заказчиков и подбирает оптимальный туристский продукт.

На сегодняшний день в туристском бизнесе основным видом конкуренции становится не цена и ассортимент предложений, а качество сервиса. Некачественное обслуживание туристов в офисе связано с непочтительным отношением к клиенту.

А также привычка многих менеджеров "на глаз" определять степень платежеспособности клиентов, чтобы решить, стоит ли на него тратить время. Такое отношение к людям не только оскорбительно, но и неэффективно.

Актуальной проблемой обслуживания туристов является неумение продавать туристский продукт. Даже знающий менеджер легко может упустить клиента, если всем своим видом показывает незаинтересованность в работе с ним. К этой проблеме можно отнести отсутствие целого ряда навыков общения, незнание нужной информации и неумение ее преподнести.

Обслуживание туриста в офисе начинается с приема, установления контакта и выявления его потребностей. При этом сотрудник турфирмы всегда должен помнить, что туристы покупают не свойства турпродукта, а пользу, которая с ним связана. Поэтому основой обслуживания туриста будет не сам туристский продукт и его характеристики, а выгода. В свою очередь, чтобы знать, что является выгодным для туриста, необходимо изучение его потребностей. Для этого, в первую очередь, рекомендуется установить психологический контакт с клиентом.

Для установления контакта с клиентом многие менеджеры пользуются следующей инструкцией:

- 1) начиная разговор, установите зрительный контакт, улыбайтесь тепло и искренне;
- 2) поприветствуйте клиента, обратившись к нему по имени, если оно вам известно;
- 3) представьтесь коротко и понятно;
- 4) сделайте лёгкий комплимент компании клиента или его вкусу в выборе товара;
- 5) не трата время клиента, перейдите к сути беседы;

б) используйте активное слушание.

Установление контакта – первый из пяти этапов продаж, который заключается в установлении с клиентом таких отношений, при которых будет возможно дальнейшее взаимодействие и осуществление продажи.

Общепринятый этикет позволяет урегулировать общение между разными слоями населения, а деловой этикет устанавливает правила в корпоративном мире, бизнесе, инвестировании и на международном уровне, а также наладить контакт с потребителем.

Правила делового этикета лежат в основе норм поведения на дипломатических встречах, в рабочей обстановке, в транспорте и других местах, где происходит коммуникация между людьми, так же здесь можно отметить обычную обстановку в разговоре между менеджером и потребителем, в обычной обстановке или на рабочем месте.

Рассмотрим некоторые правила разговора между менеджером и потребителем, которые соблюдаются в турфирме «Бизнесинтурсервис»:

- управление временем;
- внешний вид;
- порядок на рабочем месте;
- грамотная речь отношение к другим;
- полная отдача своему делу.

2) Информировать потребителя о туристских продуктах.

Корректное информирование потребителя о турпродуктах прямо влияет на результативность работы оператора. Согласно законодательству РФ, он обязан предоставить обратившемуся клиенту исчерпывающие сведения:

- о программе пребывания в месте отдыха, средствах перемещения (транспорте), вариантах проживания, наличии гида, переводчика, проводника (если необходим) и т. д.;
- о стоимости продукта (она указывается в рублях) — полной цене туристской поездки;
- о необходимости визы, видах документов для покидания страны;
- о лицах, оказывающих отдельные туристические услуги, — водителях, гидах, экскурсоводах;
- о местных обычаях, экологии (в объеме, необходимом для информирования о комфортности условий и безопасности пребывания);
- об особенностях доступа к туристским ресурсам, существовании ограничительных мер (к примеру, в Риме купание в фонтане чревато серьезным штрафом);
- об опасностях путешествия — страна может изобиловать ядовитыми насекомыми, змеями и пр.;

- о рисках для здоровья, связанных с экстремальными видами спорта, а также необходимости приобретения страхового полиса, стоимость которого непосредственно связана с видами туризма;

- о медицинских, таможенных, пограничных, иных правилах пребывания в стране и пересечения ее границы;

- о контактной информации представительств, консульств РФ на территории пребывания путешественника. Необходимы для обращения при чрезвычайной ситуации, опасности здоровью, жизни или имуществу;

- о контактных данных руководителя туристской группы, если в поездку отправляются несовершеннолетние без родителей.

Честно изложенная подробная информация вызывает доверие к туроператору, влечет за собой повышение продаж и прибыли.

Колл-центр туристической компании «Бизнесинтурсервис» готов взять информирование потребителя на себя. Рассказывать о туристских продуктах будут консультанты, подготовленные с учетом специфики представляемой компании. Сотрудники обрабатывают входящие звонки. Они сообщают потенциальным клиентам сведения о различных вариантах поездок, чтобы потребители могли сделать максимально устраивающий их выбор. Звонящему не придется ждать, пока сотрудник турфирмы освободится и сможет с ним побеседовать, — в колл-центре большой штат квалифицированных специалистов, поэтому вероятность получения заказа возрастает в разы.

Информирование предполагает также работу с холодной базой: обзвон, создание рассылок. Это позволяет значительно увеличить клиентский пул и расширить туристический бизнес.

3) Взаимодействие с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

Туроператор разрабатывает туристские маршруты, насыщает их услугами посредством взаимодействия с поставщиками услуг, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные издания по своим турам, рассчитывает цены на туры, передает туры турагенту для их последующей реализации туристам. Турагент занимается продвижением сформированных туроператором туров: приобретает туры у туроператора и реализует их потребителю. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункта размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно.

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

Данный процесс в общем виде имеет следующий вид:

- 1) публичная оферта туроператора;
- 2) заключение договора между туроператором и турагентом;
- 3) рассылка туроператором предложений (прайс-листов) и рекламных материалов;
- 4) заявка турагента на бронирование туристского продукта;
- 5) подтверждение заявки туроператором и выставление счета;
- 6) оплата счета турагентом и передача туроператору документов туриста.

Сотрудничество между туроператором и турагентом приносит выгоду обеим сторонам.

Наличие у туроператора широкой и разветвленной агентской сети обеспечивает:

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

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

Преимущества сотрудничества для турагента с туроператором состоят в следующем:

- освобождение от деятельности по планированию и разработке условий тура, их согласованию с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, транспорта и объектами культурно-зрелищной программы), получение иностранных виз и др.;
- уменьшение доли ответственности перед клиентом;
- расширение сферы деятельности благодаря сотрудничеству с несколькими туроператорами, специализирующимися на разных по содержанию и качеству турпродуктах;
- обеспечение коммерческой выгоды в результате использования имиджа фирмы-туроператора.

4) Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

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

Стоимость тура формируется из услуг, входящих в программу тура, а также дополнительных услуг, таких как виза, страховка и т.п. Услуги бывают переменные и

постоянные. Переменные – это услуги, которые рассчитываются на каждого человека в группе. Постоянные услуги - рассчитываются на группу и не зависят от количества человек в группе.

После определения стоимости каждой услуги в туре, можно посчитать себестоимость (S). Себестоимость – это стоимость тура без процента прибыли и налогов. Себестоимость складывается из переменных, постоянных и косвенных затрат. Косвенные затраты каждый туроператор определяет сам. Это может быть какая-либо определенная сумма, либо косвенные затраты могут выражаться в процентах. Косвенные затраты включают в себя затраты на содержание офиса, заработную плату сотрудников и т.п.

Четких и единых правил, регламентирующих пакетный набор обязательств туристического оператора, включаемых в стоимость путевки, не существует. Поэтому следует обязательно и очень внимательно изучать ее, перед тем как выбрать тот или иной вариант тура.

Обычно туроператор формирует для клиента готовое предложение в виде так называемого пакетного тура. В его цену, как правило, входят основные моменты, связанные с будущим путешествием или отдыхом, а именно:

- проживание в номере отеля (с питанием или без). Наряду со стоимостью проезда является одним из самых важных факторов, определяющих стоимость путевки;

- переезд;

- виза, трансфер и страховка. Визовый сбор и трансфер, то есть встреча в аэропорту при прилете и отправка оттуда же при отъезде, а также страховка являются важными факторами, обеспечивающими комфорт тура;

- дополнительные услуги. Это могут быть различные экскурсии, развлекательные программы и множество других мероприятий.

5) Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

Перед выдачей документов туристу менеджер должен быть совершенно уверен, что он сможет ответить на любой вопрос туриста по содержанию оформленных документов и должен иметь план по комментариям к выдаваемым документам, особенно это важно, если турист выезжает за границу первый раз. Когда менеджер назначает время встречи туристу – новичку он должен предупредить его, что процедура передачи документов может занять, ориентировочно, полчаса и туристу необходимо это время зарезервировать, чтобы он никуда не спешил.

1. Турпутевка.

Первый экземпляр путевки выдается туристу, второй экземпляр остается у менеджера в деле туриста. Менеджер должен объяснить туристу, что турпутевка это обязательный по

закону к выдаче документ, но турист должен оставить его дома, т.к. это документ регулирует только отношения между ним и турагентством и на отдыхе он ему не понадобится.

2. Информационный лист и схема вокзала.

Данный информационный лист, имея небольшой формат удобен, как подсказка, когда турист прибывает в аэропорт или на вокзал. Поэтому турист должен взять его с собой.

Кроме этого, менеджер должен объяснить туристу, что за сутки до начала тура турист (сам лично) должен позвонить в турагентство и уточнить полетные данные. Если они изменились, то ему продиктуют новые полетные данные, при этом турист должен прямо на своем информационном листе сделать исправления и прочитать в ответ менеджеру (во избежание ошибок), что конкретно он записал, а также фамилию менеджера с кем общался по телефону турист.

На схеме транспортного узла менеджер показывает туристу место встречи с представителем туроператора, где ему вручат пакет с недостающими документами, если эта процедура была оговорена предварительно (и вручает при этом копию письма-ходатайства на имя туроператора). Дополнительно менеджер показывает туристу на схеме порядок прохождения специальных зон (таможни, регистрации на рейс, пограничного контроля и пр.) и нюансы их прохождения. Если туристу все понятно, то менеджер предлагает ему подписать отрывную часть информационного листа и оставляет ее себе, а информационный лист со схемой вокзала вручает туристу.

3. Правила поведения и безопасность туриста за границей.

Готовая данная памятка вручается туристу под его роспись. Турист расписывается за полученную памятку в экземпляре менеджера или в листе регистрации (офисном журнале). Дополнительно менеджер должен прокомментировать положения памятки, связанные с рекомендациями по поведению туриста в криминальных ситуациях, а также случае возникновения у него проблем на отдыхе. При наличии серьезных претензий по качеству отдыха, которые возникают у туриста, они могут быть приняты к рассмотрению после его возвращения только, если они будут зафиксированы (зафиксированы письменно) непосредственно в момент их возникновения, а именно в отеле, на экскурсии, в аэропорту и т.д., т.е. при нахождении туриста на территории страны посещения (отдыха).

К сожалению, не всегда удается вручить туристу (особенно новичку) документы в офисе турагентства, формированием которых (страховой полис, проездные документы, ваучер) непосредственно занимается туроператор. Это связано с тем, что, как правило, выдачу этих документов туроператор начинает производить в своем офисе непосредственно в день (обычно после обеда), предшествующего началу тура. Поэтому региональные турагентства, просто не успевают доставить эти документы своим туристам и просят туроператора вручить

данные документы туристам непосредственно на транспортном узле перед регистрацией. Тем не менее, в офисе турагентства должны быть образцы аналогичных документов, чтобы можно было познакомить туриста с их видом и содержанием. Точно так же, как при выдаче предыдущих документов, менеджер должен быть совершенно уверен, что он сможет ответить на любой вопрос туриста по содержанию документов от туроператора. Обычно образцы таких документов остаются у менеджера после благодарных туристов, которые после отдыха приходят в турагентство поделиться своими впечатлениями.

4. Полис страхования медицинский от несчастного случая.

Медицинское обслуживание за границей очень дорогое удовольствие. Поэтому в настоящее время выезд туриста за границу без данного документа запрещен.

Далее менеджер должен объяснить туристу как он должен действовать, если с ним случилась беда.

При вручении страхового полиса туристу менеджер должен дополнительно пояснить ему, что входит в понятие страховой случай.

Страховой полис, вручаемый туристу, может быть универсальным и кроме страхования несчастных случаев может содержать также условия страхования финансовых рисков, например, от невыезда. Но может быть и так, что туристу будет выписан самостоятельный страховой полис по страхованию финансовых рисков.

5. Проездные документы.

Проездные документы – это билеты на самолет или на поезд. При вручении билетов турист должен проверить правильность написания своей фамилии в билете. Если фамилия в билете написана латиницей, то она должна полностью совпадать с написанием фамилии туриста в загранпаспорте. При наличии ошибок в написании фамилии необходимо обратиться оперативно по телефону за консультацией к туроператору (иногда ошибки допускаются в написании фамилии).

Менеджеру следует пояснить туристу, что его билет – это самостоятельный договор между ним и перевозчиком. Поэтому условия перевозки турист должен внимательно прочитать.

Если перевозка осуществляется чартерным авиарейсом, то туристу вручается авиабилет, состоящий из трёх купонов (первый купон на авиарейс «туда», второй купон на авиарейс «обратно», третий купон – личный экземпляр туриста). Турист должен сохранять третий купон авиабилета до окончания тура. Данный купон является при необходимости подтверждением в суде факта заключения договора туриста с авиаперевозчиком. Точно так же турист должен сохранять до окончания тура ж/д билет, если перевозчиком является ж/д компания. Однако бумажные проездные документы – это анахронизм сегодняшнего дня.

Именно из-за них, в частности, согласования организационных вопросов с консолидатором рейса и, вследствие этого, их выписки только накануне вылета не удастся вовремя вручить туристам в турагентстве полный турпакет, а приходится вручать непосредственно его, например, в аэропорту перед вылетом. Что, естественно, заставляет туристов нервничать.

6. Ваучер.

Как правило, ваучер – это документ формата А4, состоящий из трех одинаковых частей, разделенных линией разреза. Но также, ваучер может быть похож по формату и на авиабилет и состоять тоже из трех купонов. Менеджер должен объяснить туристу назначение каждого купона.

Выдачей ваучера заканчивается процедура оформления тура. В заключение этой процедуры важно пожелать туристам хорошего отдыха и попросить их после возвращения из тура позвонить в турагентство и поделиться своими впечатлениями и качеством оказанных услуг. Обратная связь с туристами позволяет турагентству правильно строить свою работу, а менеджеру-исполнителю принять решение о подготовке и сдаче личного дела туристов в архив или необходимости готовиться к разбору претензий.

б) Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

Нередко для организации выезда туристов в страну временного пребывания турфирмы оказывают услуги гражданам по содействию в оформлении визы, необходимой для посещения страны временного пребывания.

Подобного рода услуги по оформлению визы зачастую входят в стоимость туристского продукта.

Под визовой поддержкой, как правило, понимают комплекс услуг туроператора по оформлению документов туристами для получения ими въездных виз для осуществления туристической поездки на основании документов и сведений, представленных заказчиком турагенту. Туроператоры в рамках данной услуги осуществляют проверку документов, представленных туристом для получения виз, а также отслеживают и своевременно информируют туриста и турагентства о ходе оформления виз и результате такого оформления.

Порядок оформления визы:

Прежде всего нужно подготовить и собрать определенный пакет документов.

Сейчас практически во всех посольствах Европейских стран (стран Шенгенского Соглашения) список документов необходимых для оформления визы унифицирован:

- 1) заявление – анкета (апликанта);
- 2) фотографии (определенного образца);
- 3) копия паспорта гражданина РФ;
- 4) справка с места работы;

5) список покупок дорожных чеков;

б) действующий загранпаспорт (с необходимым запасом в 3-6 месяцев до окончания срока его действия в зависимости от страны посещения);

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

После того как все документы собраны, турагентство переправляет их туроператору. Туроператор в свою очередь в соответствии с требованиями к порядку оформления визы в конкретном посольстве, добавляет к вашим документам еще билеты (или бронь) в оба конца на ваше имя, страховой полис, бронь отеля и сдает весь этот комплект уже сам непосредственно в посольство.

7) Оформлять документы строгой отчетности.

Документ строгой отчетности является обязательным и неотъемлемым документом при реализации туристского продукта. Также этот документ подтверждает факт оплаты туристского продукта. То есть организации, осуществляющие туристическую деятельность, обязаны оформлять бланк строгой отчетности «туристская путевка».

Соблюдение организациями, осуществляющими туристскую деятельность, порядка выдачи бланка строгой отчетности «Туристская путевка», утвержденного Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 09.07.2007 N 60н «Об утверждении формы бланка строгой отчетности».

Бланк содержит:

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

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

– реквизиты заказчика туристского продукта, указываются для физического лица: фамилия, имя, отчество физического лица, заказывающего туристский продукт, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства; для юридического лица: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

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

Все поля турпутевки подлежат обязательному заполнению. При заполнении турпутевки рекомендуется использовать чернила (пасту) черного или синего цвета. Турпутевка заполняется после подписания договора о реализации туристского продукта. В турпутевке указывается код формы по Общероссийскому классификатору управленческой документации (ОКУД).

Для надежного обеспечения защиты от подделки бланка, печатное изображение, а также краски должны нести в себе элементы защиты. Каждый бланк должен быть отпечатан не менее чем двумя видами печати. При изготовлении бланка используются традиционные способы печати. Номер и серия выполняются высоким способом печати. Обязательно наличие наложения не менее одной фоновой сетки с переменным шагом.

Печать должна быть четкой, одинакового тона, без заваленных или забитых краской пробельных участков. Тон краски, размер полей во всех экземплярах, принадлежащих одному тиражу, должен быть одинаковым.

5.2 Предоставление услуг по сопровождению туристов

1) Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.

Руководитель туристской группы во время сопровождения группы туристов отвечает за дисциплину и порядок в группе, за полное и качественное обслуживание, за соблюдение сроков пребывания за рубежом, за соблюдением маршрута следования, за безопасность жизни и здоровья туристов, за сохранность имущества туристов, за охрану окружающей среды.

Перед началом туристского маршрута руководитель группы должен:

- прийти в офис фирмы за получением пакета документов не позднее 17.00 за день до выезда;

- проверить комплектность документов для туристической поездки и правильность их оформления;

- ознакомиться с: программой тура, описанием маршрута; данными о стране посещения, местными особенностями, обычаями, законами и правилами поведения; инструкциями о действиях в чрезвычайных ситуациях (болезни, смерти туриста, задержания туриста властями, пожаре, аварии на транспорте и др.); адресами и телефонами посольства, консульства или представительствами России, ассистента страховой компании, полиции, ближайшего госпиталя, принимающей фирмы.

Получить:

- проездные групповые и индивидуальные документы;

– четыре визированных списка (если список на авиа, или ж\д переход или разные переходы на заход и выход, то пять визированных списков);

– четыре ксерокопии списка;

– одна пачка с ксерокопиями паспортов туристов;

– приглашение;

– доверенность руководителя;

– лист посадки туристов с телефонами и адресам;

– телефоны принимающей компании;

– данные о таможенных и фискальных формальностях при прохождении границы;

– данные о транспорте (график, номер рейса, время отправления, пункты пропуска через границу РФ, наименование пунктов назначения) в период прохождения маршрута;

– данные о пояском времени по месту тура, а также о ценах, тарифах на услуги связи и иные типовые услуги, которые могут понадобиться руководителю и туристам;

– акт по оформлению страхового случая;

– необходимый набор медикаментов для оказания первой медицинской помощи.

При посадке в автобус руководитель должен представиться сам и напомнить туристам, с какой фирмой они едут.

Во время посадки туристов в автобус необходимо проверить наличие документов:

1) загранпаспорт (загранпаспорт надо сверить с визированным списком);

2) если это ребенок до 18 лет, и он следует с одним из родителей – оригинал свидетельства о рождении, паспорт РФ родителя, загранпаспорт;

3) если ребенок выезжает без сопровождения родителей – согласие на сопровождающее лицо, загранпаспорт, оригинал свидетельства о рождении. В случае снятия туриста с маршрута при прохождении пограничного контроля, связанного с невыполнением должностных обязанностей (при посадке туриста в автобус руководитель не проверил документы), доставка туриста до места проживания производится за счет руководителя групп.

Руководитель обязан провести краткий инструктаж с туристами по технике безопасности, профилактике и предупреждению холеры и основным правилам пребывания на территории страны (собрать подписи в инструктаже).

Во время пребывания на маршруте руководитель не должен производить никаких дополнительных оплат, кроме тех, которые ему сообщили в офисе. Если идет любое отклонение от программы – сообщить в офис РФ. За любые совершенные им действия и самостоятельно принятые решения, в результате которых фирма несет убытки, руководитель несет финансовую ответственность. Поэтому во избежание подобных случаев – позвонить в офис (или на сотовые ответственных менеджеров) и сообщить о возникшей ситуации.

2) Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.

Процесс выполнения любого туристского маршрута разделяется на три основных этапа: подготовительный, маршрутный, заключительный. При этом туристы принимают участие только в первых двух этапах.

На подготовительном этапе тура работники турфирмы анализируют текущие факторы, характерные для маршрута. Такой анализ необходим для своевременной коррекции возможных изменений программы тура. Эти изменения могут быть вызваны климатическими особенностями туристского сезона, изменениями тарифов на перевозки, социально-политическими изменениями и др. С этой же целью уточняется программа туристского маршрута, которая включает отдельные мероприятия или услуги, реализуемые для удовлетворения запросов и интересов туристов.

В программе описывается каждый день пребывания туристов на маршруте. Дается описание основного маршрута по протяженности, рельефу местности и характеру дорог. Указывается распорядок каждого дня маршрута с перечнем туристско-экскурсионных, мероприятий, временем работы различных служб (магазинов, саун, бассейнов, парков и т.д.).

Таким образом, программа содержит перечень услуг, приобретаемых туристом. Услуги, которые включены в комплексное обслуживание и в цену тура, считаются основными услугами, но, если турист приобретает еще какую-либо услугу к оплаченному туру, эта услуга становится дополнительной. Дополнительными услугами могут быть доставка фруктов и вина в номер, приобретение билетов на развлекательные мероприятия и др.

При разработке программы путешествия обычно планируют два мероприятия в день, например экскурсия, утром (ознакомительное мероприятие) и роликовая дискотека вечером (развлекательное мероприятие).

Туристы могут заказывать групповые и индивидуальные туры.

В групповых турах программа сформирована заранее и может изменяться только за счет приобретения дополнительных услуг при сохранении общего времени пребывания на маршруте.

Программа индивидуальных туров формируется в соответствии с пожеланиями клиента. Индивидуальные туры, как правило, дороже, чем групповые туры, однако из этого правила могут быть исключения.

Например, в индивидуальном туре турист может отказаться от экскурсионной программы, трансфера, питания.

Процесс оформления документов, регламентирующих обслуживание туристов, обычно максимально формализован, так как при разработке маршрута уже были подготовлены

соответствующие компьютерные шаблоны, в которые при необходимости вносятся текущие дополнения.

Схематически обслуживание туриста в офисе турфирмы выглядит следующим образом: турист выбирает тур (направление, транспорт, длительность, размещение, питание, экскурсионную программу).

3) Координировать и контролировать действия туристов на маршруте.

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

Руководитель туристской группы должен знать:

- закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», иные нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристской деятельности;

- условия заключенных договоров;

- маршрут, по которому направляется туристская группа;

- программу и условия обслуживания туристской группы в каждом пункте маршрута (правила и порядок проезда, трансферов, размещения и питания туристов, план экскурсионного обслуживания);

- правила пребывания в странах, по которым проходит маршрут;

- схемы работы с консульствами (посольствами), отелями, гостиницами, транспортными организациями, иными организациями;

- основы туристского права;

- язык страны, по которой проходит маршрут, или английский язык;

- основы грамматики, лексики и фонетики, терминологию и аббревиатуры, принятые в туристской индустрии;

- теорию межличностного общения;

- правила оформления документов, связанных с обслуживанием туристов на конкретном маршруте, и составления отчетов.

Руководитель туристской группы информирует туристов:

- о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и правилах пребывания в ней;

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

В туристской поездке руководитель группы выступает в роли менеджера малой группы. Поэтому для турлидера важно иметь навыки управления людьми, иметь организаторские способности — они позволяют ему ненавязчиво и гибко управлять отдыхом клиентов, формировать их настроение, сглаживать конфликты.

Одна из важных функций руководителя туристской группы — оформление прибытия и отправления туристской группы по маршруту следования. При задержке рейсов руководитель обязан сообщить принимающей и отправляющей турфирме время выбытия или об отказе группы от дальнейшего путешествия и других изменениях на маршруте.

Руководитель туристской группы отвечает за дисциплину, порядок и технику безопасности на протяжении всего путешествия. В случае необходимости руководитель принимает меры по оказанию медицинской помощи туристам, содействует их госпитализации и сообщает об этом в турфирму.

4) Обеспечивать безопасность туристов на маршруте.

К субъектам, обеспечивающим безопасность туристов, относятся Правительство РФ, МИД РФ, Ростуризм, МЧС РФ, туроператоры, авиаперевозчики, страховые компании и другие организации исполнительной власти в пределах своей компетенции.

Безопасность туристов (экскурсантов) обеспечивается посредством реализации комплекса мер организационно-технического, дипломатического, финансового, правоохранительного и иного характера, направленных на снижение рисков до приемлемого уровня, путем четкого разграничения и выполнения обязанностей всеми участниками процесса оказания туристских услуг и соблюдением туристами требований личной безопасности.

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;
- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;
- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;
- обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических медицинских прививок;
- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);
- обеспечение материально-технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);
- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т. д.);
- обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;
- защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;
- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;
- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;
- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;
- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

Туристы (экскурсанты) при совершении путешествий (экскурсий) в целях обеспечения личной безопасности обязаны:

- соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования;
- сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории, культуры в стране (месте) временного пребывания;
- соблюдать правила въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, а также страны транзитного проезда;

– проходить профилактические мероприятия (прививки) в соответствии с международными и внутренними медицинскими требованиями в случае совершения путешествия в страну (место) временного пребывания, в которой они могут подвергнуться риску инфекционных заболеваний, и пр.

5) Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной.

ГОСТ Р 50681-2001 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»

ГОСТ указывает требования к документации, детализирующей требования к процессу обслуживания туристов, которая должна содержать:

- описание процессов, форм и методов обслуживания туристов;
- характеристику процесса обслуживания туристов;
- требования к типу, количеству и пропускной способности используемого оборудования;
- количество необходимого персонала и уровень его профессиональной подготовки;
- договорное обеспечение поставок услуг;
- гарантии;
- необходимые согласования (с собственниками рекреационных ресурсов, органами санитарно-эпидемиологического и пожарного надзора, госавтоинспекцией и др.).

Конкретные требования к процессу обслуживания туристов должны быть не ниже требований, утвержденных действующими нормативными документами. Проектирование процесса обслуживания туристов осуществляется по отдельным этапам (например, предоставление информации об услуге, оказание услуги, расчеты на услугу) и составление для каждого из них технологических карт. Содержание и последовательность этапов могут варьироваться в зависимости от вида услуг».

Результатом проектирования туристской услуги являются технологические документы: технологические карты, инструкции, правила, регламенты.

В документации по контролю качества должны быть установлены формы, методы и организация контроля за осуществлением процесса обслуживания туристов с целью обеспечения ею соответствия запроектированным характеристикам.

Проектирование контроля качества включает:

- определение ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристики услуги;
- определение методов корректировки характеристик услуги;
- определение методов оценки контролируемых характеристик.

б) Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

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

Анализ отчетных документов дает возможность руководству корректировать деятельность как самой организации, так и подведомственной системы, совершенствовать организационную структуру, характер и содержание выполняемых работ, кадровый состав организации, обеспечение ее финансовыми, материальными и иными ресурсами.

Отчетная документация учреждения состоит из нескольких комплексов документов:

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

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

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

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

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

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

При составлении внутренних отчетов учитывается их назначение и круг рассматриваемых вопросов. Отчеты составляются на общем бланке или стандартном листе бумаги. Обязательными реквизитами отчета или справки отчетного характера являются: наименование организации, наименование подразделения (если это отчет или справка о работе подразделения), название вида документа, дата, номер документа, место составления, заголовок к тексту, подпись, гриф утверждения (на отчетах) или резолюция руководителя (на справке отчетного характера).

В заголовке отчета указывается:

– наименование органа или должностного лица, о результатах деятельности которых сообщается в документе («Отчет о работе аттестационной комиссии...»; «Отчет о работе отдела...»);

– отчетный период.

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

Отчеты о работе структурных подразделений подписываются руководителем подразделения, отчеты о работе организации в целом подписываются руководителем подразделения, ответственным за подготовку отчета, отчет о работе сотрудника организации подписывается самим составителем. Отчет о работе организации утверждается руководителем организации или вышестоящим органом. Датой отчета является дата его утверждения или вынесения резолюции. К отчету может прилагаться пояснительная записка и другие справочные материалы.

5.3 Предоставление туроператорских услуг

1) Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

Отчетная документация о туристской поездке – единственный источник информации о районах путешествия. Отчет состоит из текстовой части и справочных сведений о путешествии.

Текстовая часть отчета должна содержать следующие разделы:

- справочные сведения о путешествии;
- сведения о районе путешествия;
- организация путешествия;

- график движения и техническое описание маршрута;
- приложения.

Справочные сведения о путешествии:

- 1) подробные сведения о нитке маршрута, протяженность и продолжительность маршрута, перечень отдельных его этапов с различными способами передвижения (для комбинированных путешествий);
- 2) название и шифр МКК, давшей заключение по заявочным материалам;
- 3) список группы с указанием фамилии, имени, отчества каждого участника, домашних адресов, туристского опыта и обязанностей в группе;
- 4) сведения о районе путешествия;
- 5) краткая общегеографическая характеристика района, в том числе описание природных особенностей района, данные о населенных пунктах и средствах сообщения между ними, сведения о местных достопримечательностях;
- 6) туристская характеристика района, основанная на собственных наблюдениях, а также на материалах, полученных из других источников.

Организация путешествия:

Пред походная подготовка и тренировки, особенности разработки маршрута, основания для выбора основного и запасных вариантов. При изменении первоначального плана путешествия необходимо указать причины, вызвавшие эти изменения. Здесь же приводятся сведения о прохождении маршрута каждым участником (все ли препятствия были пройдены).

Раздел должен ответить на вопросы: как готовилось путешествие, почему был выбран именно этот маршрут, насколько безошибочным оказался первоначальный план путешествия?

График движения и техническое описание маршрута:

Излагается техническая характеристика маршрута. Эти сведения приводятся в виде таблицы и раскрываются в тексте. Сложные участки маршрута (перевалы, пороги, переправы, места со сложным ориентированием и т. п.) описываются более подробно, с указанием действий группы на них. Особое внимание должно быть уделено описанию мер по обеспечению безопасности на маршруте, а также способам ориентирования в условиях ограниченной видимости.

Приводятся итоги путешествия, даются выводы по принятым в походе тактическим и техническим решениям, рекомендации по прохождению маршрута, отдельных препятствий, предлагаются наиболее интересные варианты и модификации.

- 2) Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

Маркетинговое исследование считается системным в том случае, когда все принятые заключения в его рамках считаются кропотливо санкционированными и запланированными. Объективность рекламного изучения гарантируется использованием научных способов заключения рекламных задач.

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

- туристический рынок, субъектов, на нем функционируют;
- рыночную позицию предприятия;
- конкурентная среда;
- продажа туристических услуг во временном и пространственном измерении;
- поведение потребителей в процессе продажи;
- степень удовлетворения туристов;
- наблюдение за целевым рынком;
- инструменты влияния комплекса маркетинга, о продукте, цепи, дистрибуции коммуникацию по курсу;
- прогнозирование тенденций развития рынка на перспективу.

3) Формировать туристский продукт.

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

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

Ценообразование у туроператоров возможно двумя путями:

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

В упрощенном виде процесс формирования отпускной цены туроператора выглядит следующим образом: суммируются неттовые тарифы гостиницы, авиаперелета, трансферов, экскурсий. К полученной стоимости добавляется надбавка, так называемая handling fee,

покрывающая все косвенные расходы турфирмы – по зарплате, аренде, коммунальным платежам, телефонам и др.

4) Рассчитать стоимость турпродукта.

Составление стоимости турпродукта подключает ряд рубежей и операций. Определение критерий сервиса, списка предложений по размещению, питанию, транспортировке, трансферту, экскурсионной программе, встречам-проводам.

Размещение туристов. Определяется число дней пребывания и количество ночевков в гостинице, классность и местоположение гостиницы. Наиболее приемлемые цены для большинства российских туристов – на уровне двухзвездочных и трехзвездочных отелей. Анализ цен за проживание должен опираться на учет множества факторов: сезона, размера номера, особых условий (вид море; наличие балкона; пользование телевизором, телефоном, холодильником, сейфом; пользование пляжами, кортами, тренировочными залами и т.д.) В одних отелях ряд услуг предоставляется без дополнительной оплаты, в других она требуется. Основными параметрами, характеризующими условия проживания, являются категория гостиницы, ее местоположение и число проживающих в номере.

Выбирается один из вариантов:

- полный пансион или трехразовое питание (завтрак, обед и ужин);
- полупансион – двухразовое питание (завтрак + обед или ужин);
- только завтрак.

Трансфер:

Используется заказной транспорт разной классности для перевозки туристов и их багажа из аэропорта или с вокзала в гостиницу и обратно. Затраты на трансферт зависят от вида транспорта, расстояния, численности группы туристов.

Экскурсионная программа:

Включает ознакомительную экскурсию по городу, посещение наиболее интересных туристских объектов (музеев, исторических памятников).

Перевозка из пункта выезда до первого пункта обслуживания. Стоимость перевозки может составлять значительную часть стоимости тура. Цена перевозок зависит от результатов поиска фирмой-туроператором наиболее выгодных условий и тарифов перевозки.

Для определения соответствия условий путешествия и цены за перевозку существуют довольно сложные параметры оценки.

Характеристики условий перелета: какой отечественной или зарубежной компанией выполняется перевозка, каким видом самолета, в каком классе, на каких условиях (регулярный или чартерный рейс), из какого аэропорта будет сделан вылет и где приземлится самолет, в какое время вылетает и прилетает самолет, каков тип рейса – беспосадочный или с посадкой.

6 Индивидуальное задание

Оформлять отчет о туристской поездке

Туристские отчеты – единственный источник информации о районах путешествия. Подготавливая маршрут, мы пользуемся отчетами наших предшественников. Как должен составляться отчет:

Текстовая часть отчета должна содержать следующие разделы:

- 1) справочные сведения о путешествии (1-2 страницы);
- 2) сведения о районе путешествия (2-5 с.) – обязательно для походов V-VI категории, для остальных – по указанию МКК;
- 3) организация путешествия (2-6 с.);
- 4) график движения и техническое описание маршрута (10- 20с.);
- 5) итоги путешествия, выводы, рекомендации (2-5 пункта.);
- 6) приложения (3-5 с.).

Справочные сведения о путешествии:

- 1) подробные сведения о нитке маршрута, протяженность и продолжительность маршрута, перечень отдельных его этапов с различными способами передвижения (для комбинированных путешествий);
- 2) название и шифр МКК, давшей заключение по заявочным материалам;
- 3) список группы с указанием фамилии, имени, отчества каждого участника, домашних адресов, туристского опыта и обязанностей в группе;
- 4) сведения о районе путешествия;
- 5) краткая общегеографическая характеристика района, в том числе описание природных особенностей района, данные о населенных пунктах и средствах сообщения между ними, сведения о местных достопримечательностях;
- 6) туристская характеристика района, основанная на собственных наблюдениях, а также на материалах, полученных из других источников.

Организация путешествия:

Предпоходная подготовка и тренировки, особенности разработки маршрута, основания для выбора основного и запасных вариантов. При изменении первоначального плана путешествия необходимо указать причины, вызвавшие эти изменения. Здесь же приводятся сведения о прохождении маршрута каждым участником (все ли препятствия были пройдены).

Раздел должен ответить на вопросы: как готовилось путешествие, почему был выбран именно этот маршрут, насколько безошибочным оказался первоначальный план путешествия?

График движения и техническое описание маршрута:

Излагается техническая характеристика маршрута. Эти сведения приводятся в виде таблицы и раскрываются в тексте. Сложные участки маршрута (перевалы, пороги, переправы, места со сложным ориентированием и т. п.) описываются более подробно, с указанием действий группы на них. Особое внимание должно быть уделено описанию мер по обеспечению безопасности на маршруте, а также способам ориентирования в условиях ограниченной видимости.

Раздел должен ответить на вопрос: «Как проходил маршрут данной группой?».

Итоги путешествия, выводы, рекомендации:

Приводятся итоги путешествия, даются выводы по принятым в походе тактическим и техническим решениям, рекомендации по прохождению маршрута, отдельных препятствий, предлагаются наиболее интересные варианты.

Раздел должен ответить на вопрос: «Как этот маршрут можно пройти лучше, легче и интереснее?».

Приложения:

- списки личного и группового снаряжения, содержание аптечки и ремонтного набора, их вес. Оценка пригодности инвентаря, использованного в путешествии. Рекомендации по снаряжению и инвентарю;

- список продуктов и рацион питания на маршруте, их вес, приводятся рекомендации о возможности пополнения запасов продуктов питания на маршруте;

- общий вес продуктов и снаряжения на группу и, в среднем, на одного участника;

- смета расходов на путешествие;

- расписание движения транспорта, время работы узлов связи, органов власти, пунктов медицинской помощи и т. п.;

- дневник группы (или выдержки из него);

- список литературы, перечень туристских отчетов и других источников информации, использованных при подготовке путешествия и при составлении отчета.

Фотографии:

Фотографии, прилагаемые, к отчету, должны характеризовать сложные участки маршрута, показывать действия группы на них, помогать последующим группам ориентироваться на местности, подтверждать прохождение маршрута всей группой, отображать природу и достопримечательности района.

На фотографиях, имеющих целью облегчить последующим группам ориентирование на маршруте, наносятся сплошной линией-пройденный и пунктиром-рекомендуемый маршруты с указанием направления движения, мест ночлегов, основных ориентиров, названий перевалов, вершин, рек, порогов и т. п.

Фотографии должны иметь сквозную нумерацию и тексты, содержащие названия объектов съемки и места съемки.

Картографический материал:

К отчету прилагается обзорная карта (схема) района путешествия с нанесенными на ней маршрутом, его запасными вариантами, направлением движения, местами ночлегов (с указанием даты остановки на ночлег) и основными препятствиями, и ориентирами (пороги, переправы, перевалы), местами съемки основных фотографий (с указанием номера фотографии).

Карта дополняется эскизами (кроками) наиболее сложных участков маршрута с указанием путей их преодоления или обхода и необходимых ориентиров.

Для малонаселенных мест нужно указать места возможной заправки и ремонта транспортных средств. Если в походе использовался GPS-навигатор, обязательно приложите к отчету трек, и точки. Трек лучше разбить по дням. Так же нужно не забывать указывать в заголовке отчёта номер маршрутной книжки и подписывать отчёт.

Основная задача отчета о туристском путешествии – передать максимум информации, необходимой главным образом группам, которые пойдут по тому же или сходному маршруту. Кроме того, отчет – это документ, подтверждающий прохождение всего маршрута путешествия группой в полном составе. Поэтому характер отчета, стиль изложения, иллюстрации должны носить деловой и целенаправленный характер.

Заключение

Нынешний туризм дает собой оживленно развивающуюся работа, влияющую на крупное прибор и экономику множества государств и целых регионов. Таким образом, туристские организации работают в условиях жесткой конкурентной борьбы за клиента, которая в ряде случаев ведется с использованием недобросовестных методов.

Обострение конкурентной борьбы между организациями индустрии туризма приводит к тому, что перед ними встает проблема поиска новых конкурентных преимуществ по сравнению с другими организациями.

По результатам работы можно сформулировать ряд выводов:

- туризму, как услуге присущи специфические характеристики и отличительные особенности;

- оценка качества туристских услуг потребителем достаточно субъективна и зависит от различных факторов: общеэкономических, культурного и общественно-психологического характера, социально-демографических, личностно-поведенческих;

- выбор туристской организацией наиболее эффективных средств по привлечению потребителя к туристскому продукту невозможен без четкой проработки самого процесса принятия решения о покупке туристского продукта потенциальным туристом;

- на туристское предприятие постоянно оказывается давление со стороны конкурентов, для того чтобы максимизировать прибыль фирме необходимо быть лучше конкурентов. Всякой фирме противостоит широкий спектр конкурентов. Рыночная теория гласит, что для того, чтобы преуспеть в бизнесе, фирма должна удовлетворять потребности клиентов лучше, чем ее конкуренты;

- успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом.

Прохождение учебной практики в ООО «Бизнесинтурсервис» помогло мне дополнить те знания, которые я получила на лекциях и практических заданиях, помогло в сборе необходимой информации для написания отчета по практике.

Работа в ООО «Бизнесинтурсервис» дала мне навыки разработки и расчета туристического продукта, раскрыла практическую сторону в проведении маркетинговых исследований, дала возможность проанализировать не только все сферы деятельности туристического агентства, но и провести анализ туристского рынка Приморского края.

Приобретены следующие навыки работы в туристическом агентстве:

- навыки проведения маркетинговых исследований туристского рынка;
- навыки проектной работы;
- навыки оформления официальных документов и писем;

– специфические знания особенности функционирования предприятий туристской индустрии;

– освоены программы для работы в туристическом бизнесе;

– изучена документация туристической фирмы.

За время прохождения практики я изучила организацию работы туристического агентства, его структуру, технологию и основные функции производственных и управленческих подразделений; применяла навыки общения с потенциальными клиентами, оформляла основную туристскую документацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 14 ноября 1996 года № 132 – ФЗ (последняя редакция от 09.03.2021 N 45-ФЗ) // Собрание законодательства РФ. – 2019. - № 49. – с. 5
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.08.2018) // Собрание законодательства РФ. - 05.12.1994. - № 32. - ст. 87
- 3 Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности: учебное пособие для бакалавров / Веселова Н.Ю. – Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. – с. 255
- 4 Туристские услуги. Общие требования: ГОСТ Р 50690 – 2010. – Москва: Изд-во стандартов, 2017. – 11с.
- 5 Менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / А. Л. Гапоненко [и др.]; под общей редакцией А. Л. Гапоненко. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 398 с.
- 6 Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса. Нормативно-правовые документы: Учебное пособие / Под ред. В.Н. Акишина. – Москва.: Финстатинформ, 2019. – 534 с.
- 7 Жамгарян Г.А., Муллабаев Р.Ю. Организационная культура туристской фирмы и её влияние на эффективность работы // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 10 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2015/10/58627> (дата обращения: 02.06.2022).
- 8 Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 194 с.
- 9 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
- 10 Назайкин А.Н. Наружная, внутренняя, транзитная реклама // Практическое пособие / Под ред. В. Митина. – Москва.: Солон-пресс, 2014. – с. 304
- 11 Масилова М.Г. Сервисная деятельность: учебное пособие / М.Г. Масилова. - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2018. - 112 с.
- 12 Исмаев, Д.К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации. Теория и практика деятельности туристических фирм: учебник / Д.К. Исмаев. – М.: Мастерство, 2002. – 192 с.
- 13 Руденко Л.Л. Организация и менеджмент туризма: Руководство к практическим занятиям / Владивосток: ДВГАЭУ, 2016. – 113 с.

Приложение А

(обязательное)

Схема проезда к ООО «Бизнесинтурсервис»

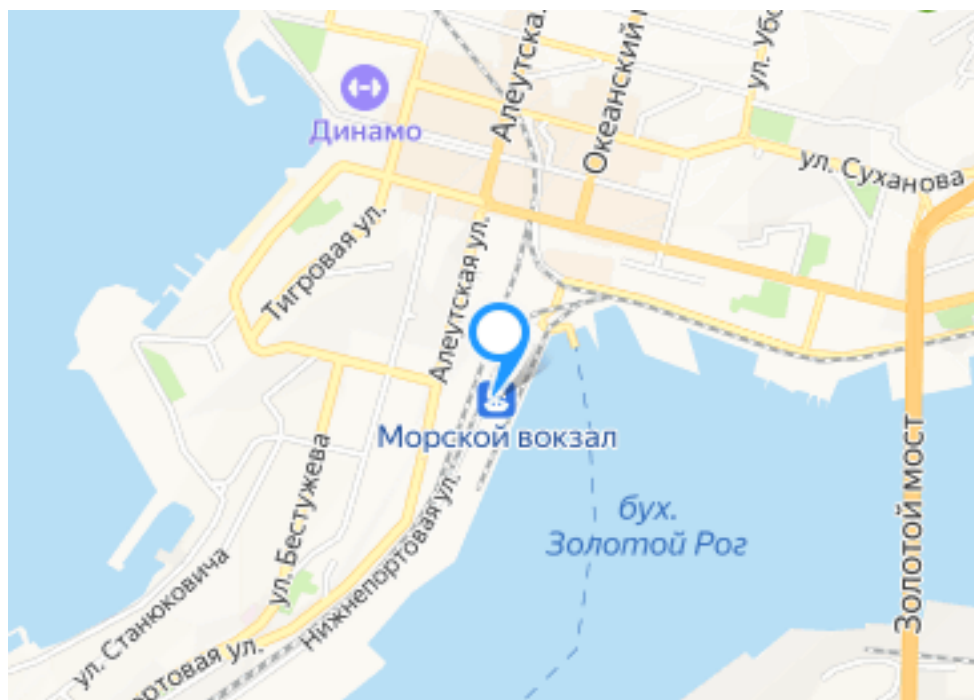


Рисунок А.1 – Схема проезда к ООО «Бизнесинтурсервис»

Приложение Б
(обязательное)
Заявка на бронирование

Заявка на бронирование менеджеру _____

Тур / маршрут				
Даты				
Название курорта				
Международные авиаперелеты <i>(если авиабилеты свои, то обязательно укажите в нижнем поле полётные данные)</i>			Да	Нет
Полётные данные: маршрут, даты, № рейса, время вылета, класс				
Внутренние авиаперелеты <i>если авиабилеты свои, то обязательно укажите в нижнем поле полётные данные</i>			Да	Нет
Полётные данные: маршрут, даты, № рейса, время вылета, класс				
Внимание! (Для выдачи авиабилетов, необходима ксерокопия первой страницы загранпаспорта. Без предоставления, билеты будут выписаны по данным, предоставленным в таблице и ответственности за неправильно указанные данные несет агентство)				
№ п/п	Фамилия, Имя, Отчество <i>(заполняется латинскими буквами как в загранпаспорте)</i>	Дата рождения	№ загранпаспорта	Дата завершения срока действия загранпаспорта

Отели (название)			
Категория номера, тип размещения			
Трансферы			
Экскурсионное обслуживание			
Страховка	Да	Нет	
Виза			

Предполагаемая форма оплаты: (нал, б/нал)		
Форма ведения бухгалтерской отчётности:	обычная	Упрощенная*

Информация об Агентстве:

Название, город	
Контактный телефон и факс	
Контактное лицо (E-Mail)	

Подпись _____

М.П.

Индивидуальное задание по учебной практике

Студент(ка) Кузьмина Мария Павловна,
ФИО

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) учебную практику в объеме 216 часа с «11» мая 2022 г. по «21» июня 2022 г.

в организации ООО «Бизнесинтурсервис», 690000, Приморский край, г. Владивосток, Морской вокзал, ул. Нижнепортовая 1, оф. 222

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период учебной практики

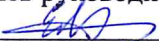
№ n/n	Вид работ	Кол-во часов
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	1
2	Определение и анализ потребности заказчика.	7
3	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	6
4	Осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники.	6
5	Выбор оптимального туристского продукта.	8
6	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	8
7	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета.	8
8	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	8
9	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	8
10	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз.	8
11	Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.	8
12	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	8
13	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	8
14	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг.	8
15	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	8
16	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста.	8
17	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	8
18	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	8
19	Сопровождения туристов на маршруте. Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений.	8
20	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках.	8
21	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте.	8

	Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания.	
22	Оформлять отчёт о туристской поездке. Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта.	8
23	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	8
24	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта.	8
25	Предоставление сопутствующих услуг.	8
26	Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках. Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	8
27	Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам. Оформлять страховые полисы.	8
28	Обобщение полученных материалов. Оформление отчёта практики. Защита отчета.	12

Дата выдачи задания «11» мая 2022 г.

Срок сдачи отчета по практике «21» июня 2022г.

Подпись руководителя практики

 / Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Кузьмина Мария Павловна,

ФИО

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошел(ла) учебную практику в объеме 216 часов с «11» мая 2022 г. по «21» июня 2022 г.

в организации ООО «Бизнесинтурсервис», 690000, Приморский край, г. Владивосток, Морской вокзал, ул. Нижнепортовая 1, оф. 222

наименование организации, юридический адрес

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Определение и анализ потребности заказчика. Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	5
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт. Осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники.	5
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Выбор оптимального туристского продукта.	4
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Рассчитывать различные варианты турпродукта. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта.	5
	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта.	4

		Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	
	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	5
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз. Оформлять страховые полисы.	5
Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг			5
Предоставление услуг по сопровождению туристов	ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	5
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках. Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	5
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Контроль наличия туристов. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	4
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Сопровождать туристов на маршруте. Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте.	4
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания	Предоставление сопутствующих услуг. Оценивать качество туристского и	5

	туристов принимающей стороной	гостиничного обслуживания.	
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Оформлять отчет о туристской поездке	4
Итоговая оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов			5
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	5
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета. Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	5
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	5
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.	5
Итоговая оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			5

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 2022 г.

Оценка за практику *Отлично*

Руководитель практики от предприятия



Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения учебной практики

Студент Кузьмина Мария Павловна

Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия 43.02.10 Туризм

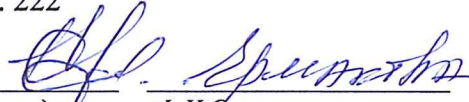
Группа С-ТУ-21-1

Место прохождения практики ООО «Бизнесинтурсервис», 690000, Приморский край, г. Владивосток, Морской вокзал, ул. Нижнепортовая 1, оф. 222










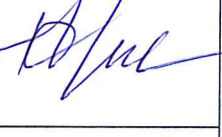

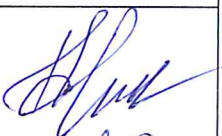

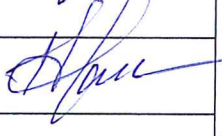
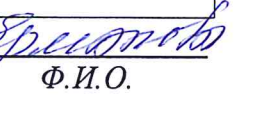

Сроки прохождения с «11.05.2022» по «21.06.2022»

Инструктаж на рабочем месте «11» мая 2022 г

дата

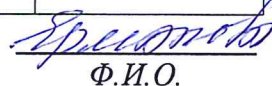

подпись *Ф.И.О. инструктирующего*

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
11.05	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	5	
12.05	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	5	
13.05	Определение и анализ потребности заказчика.	5	
14.05	Осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников.	4	
16.05	Осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники.	5	
17.05	Выбор оптимального туристского продукта.	5	
18.05	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	4	
19.05	Планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета. Определение необходимости и возможности сочетания различных видов транспорта в туристских перевозках.	5	
20.05	Оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	4	
21.05	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам.	5	
23.05	Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз. Оформлять страховые полисы.	5	

24.05	Доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам.	5	
25.05	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта.	5	
26.05	Составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам. Предоставление сопутствующих услуг.	5	
27.05- 28.05	Контроль качества предоставляемых туристам экскурсионных и сопутствующих услуг. Проведение инструктажа туристов на русском и иностранном языках.	5	
30.05- 31.05	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	5	
01.06- 02.06	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста.	4	
03.06- 04.06	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	4	
06.06- 07.06	Проведение инструктажа об общепринятых и специфических правилах проведения при посещении различных достопримечательностей.	5	
08.06- 09.06	Сопровождения туристов на маршруте. Использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений.	4	
10.06- 12.06	Проведение инструктажа по технике безопасности при проведении туристского мероприятия на русском и иностранном языках.	5	
13.06	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Взаимодействие со службами быстрого реагирования. Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания.	5	
14.06	Оформлять отчет о туристской поездке. Установление и обоснование правильности выбора транспортного средства при формировании туристского продукта.	5	
15.06	Определение особенностей, причин и факторов наступления страховых случаев на транспорте. Формирование турпродукта с соблюдением основных требований безопасности.	5	
16.06- 17.06	Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта.	5	
18.06- 20.06	Оформление отчета практики	4	
21.06	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель


подпись


Ф.И.О.



Характеристика деятельности студента
Кузьминой Марии Павловны
группы С-ТУ-21-1 при прохождении учебной 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	средний
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	средний
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 1.1	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	высокий
ПК 1.2	Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	средний
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	высокий
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	высокий
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, выучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	средний
ПК 1.6	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы	высокий
ПК 1.7	Оформлять документы строгой отчетности	Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта	средний
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	средний
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	средний
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	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	высокий

ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	средний
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	средний
ПК 3.2	Формировать туристский продукт	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов	высокий
ПК 3.3	Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта	высокий
ПК 3.4	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Налаживание контактов с торговыми представительствами других регионов и стран. Работа с запросами клиентов	высокий

Руководитель практики (от организации) _____



(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)

М.П.



Характеристика

Студентка 1 курса специальности «Туризм» проходила учебную практику в туристской фирме «Бизнесинтурсервис» с «11» мая 2022 г. по «21» июня 2022 г.

Во время прохождения практики в туристической компании ООО «Бизнесинтурсервис» Кузьмина Мария Павловна выполняла следующие обязанности: знакомилась с миссией и целями компании, структурой предприятия, принимала участие в работе в заполнении договоров поставки, составлении отчетов, изучала правила торгового визита, основы мерчендайзинга (концепцию выкладки товаров на полках). К поручениям руководителя практики относилась со всей ответственностью и инициативой, выполняла все поставленные перед ней задачи.

За время прохождения практики в ООО «Бизнесинтурсервис» Кузьмина М.П. показала хороший уровень теоретической подготовки. К выполнению всех заданий подходила добросовестно и с ответственностью. Показала свое стремление к получению и закреплению новых знаний.

По результатам практики заслуживает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации



Ермакова В.Н.

М.П.



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


НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Кузьмина Мария Павловна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-21-1
согласно приказу ректора № 3131-с от 28.04.2022 года
направляется в ООО "Бизнесинтурсервис", г. Владивосток
для прохождения учебной практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 6 недель
с 11.05.2022 года по 21.06.2022 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "Бизнес-турсервис"	11.05.2022 - 21.06.2022	
ООО "Бизнес-турсервис"	11.05.2022 - 21.06.2022	