МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Владивостокский государственный университет»

Академический колледж

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ 01. Предоставление турагентских услуг

ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

программы подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм

период с «28» ноября по «24» декабря 2022 года

Студент группы С-ТУ-21 _____ Измугденова А.Д.
подпись

Наименование предприятия:
ООО «ТА «Вокруг света»

Руководитель практики от предприятия _____ Бойко Е.Ю.
подпись

Отчет защищен:

с оценкой отлично Руководитель практики _____ Ермолович Л.О

Владивосток 2022

Содержание

Введение 3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света» 5
1.1История создания и развития предприятия ООО «ТА «Вокруг света» 5
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности ООО «ТА «Вокруг света» 5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений 8
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуги) ООО «ТА «Вокруг света» 10
1.5 Перспективы развития ООО «ТА «Вокруг света» 11
2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света» 13
2.1 Анализ деятельности ООО «ТА «Вокруг света» 13
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов ООО «ТА «Вокруг света». Культура предприятия 14
2.3 Информационные технологии ООО «ТА «Вокруг света» 16
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта 17
4 Система обеспечения безопасности 19
5 Технология формирования профессиональных компетенций 21
6 Индивидуальное задание 38
Заключение 42
Список использованных источников 43
Приложение А. Договор о реализации туристского продукта 44
Приложение Б. Шенгенская виза 45

Введение

В современном мире наука насчитывает несколько десятков определений туризма. Каждое из них по-своему правильно, хотя подчеркивает различные стороны, аспекты, грани одного понятия. Туризм – не просто увлечения или мода. Это жизненная потребность большинства людей. Чтобы понять более точную формулировку понятия «туризм» обратимся к законам.

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туризм – временные выезды граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране временного пребывания [1].

Туризм входит в число основных интересов многих людей и не выходит за пределы экономических возможностей большинства населения. Это движет громадной индустрией, предназначенной для удовлетворения потребностей и интересов тех, кто какое-то время находится вдали от дома. На сегодняшний день туризм стал играть настолько важнейшую роль, что превратился в уникальную крупнейшую мировую индустрию. Ежегодно насчитывается сотни миллионов туристов.

Туризм сегодня выступает не только экономически рентабельным бизнесом, но также представляет собой социокультурное явление и одно из направлений досуговой деятельности. В плане экономики, туристская индустрия располагает материально-технической базой, обеспечивает занятость большого числа людей и взаимодействует со всеми отраслями экономического комплекса. Туризм является одной из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей, приносящей около 10 процентов валового дохода. В настоящее время туризм получил колоссальное импульсное развитие. Данной тенденции расширение и усиление политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами. Все это способствует воспитанию поликультурной толерантности, терпимости, что так необходимо сегодня, когда мир разрывают националистические конфликты.

Материально-технической базой являются туристские фирмы, гостиницы, туристские базы, предприятия питания и торговли, автотранспортные предприятия и т.д. Рассмотрим смысл работы первого. Под туристской фирмой понимается юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие сбыт туристических услуг. Она подразделяется на турагентов и туроператоров. Чтобы подробнее разобраться в работе турагентства, я прошла практику в ООО «ТА «Вокруг света».

Целью производственной практики является закрепление знаний, полученных при обучении, приобретение практических навыков, изучение внутренней системы работы и взаимодействия с туристами туристического агентства.

Задачи практики:

– контроль наличия туристов;

– изучение технологий досуговой деятельности предприятия;

– оценить качество туристского и гостиничного обслуживания;

– анализ претензий туристов;

– составление потенциального туристского продукта;

– взаимодействие с различными турагентствами;

– работа с заявками туристов;

– разработка рекламных материалов и их распространение;

– работа с официальными документами.

Объект анализа – ООО «Туристическое агентство «Вокруг света»

В процессе прохождения практики я ознакомилась с внутренней работой агентства, профессиональным взаимодействием с туристами, узнала тонкости работы в офисе, изучила на практике конкретный круг вопросов, относящийся к деятельности туристской отрасли, и сформировала теоретическую и практическую базу для будущей профессиональной деятельности.

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «ТА «Вокруг света»

Название компании: ООО «Туристическое агентство «Вокруг света». Местонахождение: 690091, г. Владивосток, ул. Уборевича, 28. Часы работы: понедельник-пятница 10:00-17:00; суббота 11:00-15:00; воскресенье выходной. Телефоны: (423)240-44-40.

Туристическое агентство «Вокруг света» работает в качестве турагента, предлагая клиентам не только внутренний, но и выездной туризм. Как и многие туристические компании, «Вокруг света» одновременно работает с несколькими туроператорами. От них стекается информация о различных турах, из которых они подбирают клиенту необходимый и наиболее доступный по цене.

Основными направлениями, пользовавшимися наибольшей популярностью на период практики являлись:

– внутренний туризм: Байкал, Санкт-Петербург, Сочи, круизы по Золотому кольцу России, экскурсии по Приморскому краю.

– международный туризм: Турция, АОЭ, Таиланд, Южная Корея, Испания, Армения, Греция.

Основной целью выезда туристов за границу являлся осмотр достопримечательностей, шоппинг, посещение спортивных, рекреационных и культурных мероприятий и участие в них, отдых на пляжах и в горах.

Турагентство организовывает туры по Приморью, круизы и другие активные туры.

Компания представляет выездные международные туры, круизы по Азии, Европе, США, услуги по бронированию и приобретению ж/д и авиабилетов, образовательные программы за рубежом для детей и взрослых: США, Канада, Англия, Мальта, Австралия, Новая Зеландия, Южная Корея, услуги лечебно-оздоровительного отдыха, свадебные туры и церемонии бракосочетания.

Также Турагентство участвовало в Тихоокеанской международной туристской выставке PITE в 2016 году.

1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности ООО «ТА «Вокруг света»

«ТА «Вокруг света» – это общество с ограниченной ответственностью. Согласно Федеральному закону Российской Федерации «Об обществах с ограниченной ответственностью» обществом с ограниченной ответственностью является учрежденное одним или несколько юридическими или физическими лицами хозяйственное общество,

уставной капитал которого разделён на доли. При этом участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей или акций в уставном капитале общества, но только до тех пор, пока общество не находится в стадии банкротства [2].

1) Общие положения

Общество с ограниченной ответственностью «Туристическое агентство «Вокруг света», именуемое в дальнейшем «Общество», является юридическим лицом, действующим на основании устава и законодательства Российской Федерации. Общество создано путем преобразования в него Закрытого акционерного общества «Туристическое агентство «Вокруг света», зарегистрированного14 февраля 2001 года Отделом регистрации Администрации г. Владивосток, ОГРН: 1022501284310 и является правопреемником по всем правам и обязанностями ЗАО «Туристическое агентство «Вокруг света».

2) Права и обязанности участников общества.

Участники общества вправе:

– участвовать в управлении делами общества в порядке, установленном Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и настоящим уставом;

– принимать участие в голосовании на общем собрании участников по всем вопросам его компетенции;

– получать информацию о деятельности общества;

– принимать участие в распределении прибыли;

– выдвигать кандидатов в органы общества в порядке и на условиях, предусмотренных законом и настоящим уставом и т.д.

3) Участники общества обязаны:

– исполнять требования настоящего устава и решений его органов общества;

– вносить вклады в имущество общества в порядке, в размерах, в составе и в сроки, которые предусмотрены Федеральным законом;

– не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности общества;

– нести другие обязанности, предусмотренные законодательством, настоящим уставом и решениями общего собрания участников, принятыми в соответствии с его компетенцией и т.д.

4) Правовое положение общества

Общество имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобрести и осуществить гражданские права и нести гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество вправе в установленном порядке открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами.

Общество вправе иметь штампы и бланки со своим фирменным наименованием, собственную эмблему, а также зарегистрированный в установленном порядке товарный знак и другие средства индивидуализации.

5) Общество осуществляет следующие основные виды деятельности:

– турагентская и туроператорская деятельность в сфере внутреннего и международного туризма;

– грузопассажирские перевозки;

– внешнеэкономическая деятельность;

– организация выставок, ярмарок, аукционов;

– трудоустройство за рубежом;

– осуществление иной деятельности, которая прямо или косвенно способствует поставленной перед обществом цели.

6) Уставный капитал

Уставный капитал общества составляется из номинальной стоимости долей его участников. Размер уставного капитала общества составляет 100000 рублей.

Размер доли участника в уставном капитале общества определяется в процентах.

7) 1.1 Структура органов общества

Органами управления общества являются:

– общее собрание участников;

– единоличный исполнительный орган – генеральный директор.

В случае назначения ликвидационной комиссии к ней переходят все функции по управлению делами общества.

1.2 Реорганизация и ликвидация общества

Общество может быть добровольно реорганизовано по решению общего собрания участников.

Реорганизация общества может быть осуществления в форме слияния, разделения, выделения и преобразования в иную организационную форму в порядке, предусмотренном Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и иными правовыми актами.

Общество может быть ликвидировано добровольно в порядке, предусмотренном Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью» и иными правовыми актами.

Общее собрание участников принимает решение о ликвидации общества и назначении ликвидационной комиссии.

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура – это целостная система, специально разработанная таким образом, чтобы работающие в её рамках люди могли наиболее эффективно добиться поставленной цели. Организационная структура направлена на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями организации, разделёнными между собой правами и ответственностью.

ООО «ТА «Вокруг света» было основано 8 октября 2014 года. Уставный капитал 100000 рублей. Генеральный директор – Бойко Екатерина Юрьевна. Сотрудничает с международными фирмами как: Coral Travel, ТО «Библио-Глобус», ANEX Tour, ТО «Дельфин». Турагентство соответствует всем требованиям стандартизации в соответствии с законом о туристской деятельности. Управленческая структура ООО «ТА «Вокруг света» имеет высококвалифицированных работников с большим опытом работы.

В штате фирмы работают:

Генеральный директор. Должностные обязанности: осуществление руководства административно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью туроператорской организации, определение концепции и стратегии развития организации, утверждение текущих и перспективных направлений деятельности, осуществление прогнозирования и планирования объемов реализации туристских продуктов, обеспечение создания базы данных по туристским продуктам, расчета стоимости туристских продуктов, создание и развитие агентской сети, осуществление контроля за бронированием (гостиниц, билетов, транспорта и др.), подтверждение и оформление договоров, организация выявления и анализа проблем работы организации, рассмотрение замечаний и предложений туристов, управление и разрешение конфликтных ситуаций [3].

Исполнительный директор. Исполнительный директор – это одно из ключевых руководящих лиц фирмы. Он может выполнять функции генерального директора, но, как правило, ему делегируются лишь некоторые полномочия и задачи. Полномочия, задачи и ответственность закрепляются в локальных нормативных актах. Должностные обязанности: планирование и осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых договоров, анализ и решение организационно-технических, экономических, кадровых проблем фирмы, решение задач увеличения объема сбыта продукции, повышения качества и конкурентоспособности товаров и услуг, разработка предложений по экономному и эффективному использованию материальных, финансовых и

трудовых ресурсов предприятия, контроль над работой всего предприятия, его отделов и филиалов; решение задач по повышению эффективности труда, в том числе, мотивации персонала, организация связей с деловыми партнерами, инвесторами, расширение внешних связей, участие в разработке рекламной стратегии, контроль и обеспечение благоприятных и безопасных для жизни и здоровья условий труда, соблюдение на предприятии требований законодательства об охране окружающей среды, замещение генерального директора на время его отсутствия [4].

В туристическом агентстве трудоустроены два менеджера по туризму. В штат обязанностей первого входит – анализирование мотивации спроса на реализуемые туристские продукты, изучение потребностей туристов, разработка концепции и программы туристских продуктов, определение цены продуктов, изучение причин жалоб и претензий туристов к качеству предоставляемых услуг. В штат обязанностей второго входит – ведение переговоров с туроператорами, согласовывание основных условий договоров на предоставление услуг, проведение мероприятий по продвижению туристского продукта, консультирование туристов о правилах въезда в страну временного пребывания и правилах пребывания в ней, принятие мер по устранению недостатков в обслуживании клиентов, поддерживание контакта с постоянными клиентами, управление доходностью направления заключение договоров о реализации туристского продукта [5].

Рисунок 1 – Организационная структура предприятия

Туристическое агентство располагает комфортабельным офисом, который оснащен необходимой современной техникой. Все компьютеры связаны одной локальной сетью, подключены к сети интернет. Информация, передаваемая с одного компьютерного устройства на другой, происходит без задержек и неполадок. Турфирма имеет личный сайт, к которому имеет доступ каждый сотрудник. Сайт позволяет вводить и выводить такую информацию, как:

список туристов, описание туров, гостиниц, расчет стоимости туров, скидок, автоматически производить оплату туров, выполнять финансовую отчетность, а также иметь другие возможности.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуги) ООО «ТА «Вокруг света»

На пути к цели турфирмам приходится преодолевать различные негативные факторы: изменение и падение спроса на продукцию, услуги; сокращение поступления материальных ресурсов; снижение их качества; дефицит квалифицированной рабочей силы; проблемы в системе расчетов и платежей и др. Непосредственная частная задача предприятия фирмы состоит в преобразовании факторов производства, их переработке и выпуске готовой продукции или оказании определенных услуг.

Турагентство ориентируется на внутренний и выездной туризм. Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств. Несмотря на высокую конкуренцию, «Вокруг света» является сильным конкурентом на рынке туристских услуг, о чем говорит участие в выставках и долгая насыщенная история.

Организовываются туры в более 50 стран мира. Из них оформляются визы в страны: Южная Корея, Таиланд, Чехия, Мальта, Танзания, Египет, АОЭ, Шри-Ланка.

В деятельность ООО «ТА «Вокруг света» входят следующие функции:

– выездной международный туризм: по всему миру;

– круизы по Азии, Европе, США;

– услуги по бронированию и приобретению ж/д билетов и авиабилетов на всех направлениях;

– образовательные программы за рубежом для детей и взрослых: США, Канада, Англия, Мальта, Австралия, Новая Зеландия, Китай, Южная Корея;

– эксклюзивные услуги лечебно-оздоровительного отдыха;

– свадебные туры и церемонии бракосочетания;

– оформление виз и страховых полисов;

– бронирование отелей;

– обслуживание VIP – туристов.

Стоит отметить, что туристическое агентство «Вокруг света» стремительно развивается на рынке туристских услуг Приморья. Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг. Основные туристские услуги регламентируются

договором на туристское обслуживание и путевкой. К таким услугам относятся: размещение, питание, транспортные услуги, включая трансферт, визовые и экскурсионные услуги.

1.5 Перспективы развития ООО «ТА «Вокруг света»

Туризм в современном мире рассматривается как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и опосредованное влияние на развитие всей связанной с ним инфраструктуры. Современный туризм базируется на высоком уровне развития транспорта, социальной сферы и сферы услуг, что, в конечном счете, превращает его в высокодоходную отрасль экономики.

Сегодня туризм является одной из высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. По доходности он уступает лишь добыче и переработке нефти. На долю туризма приходится около 6 процентов мирового валового национального продукта, 7 процентов мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11 процентов мировых потребительских расходов и 5 процентов всех налоговых поступлений. В связи с этим во многих странах сфера туризма активно развивается при государственной поддержке.

Руководство туристской фирмы «Вокруг света» понимает, что для того, чтобы успешно конкурировать на рынке, надо изучать опыт конкурентов и видеть перспективы собственного развития.

Основное направление деятельности фирмы – это индивидуальный туризм (туристы, путешествующие самостоятельно с туристическими целями). Но в последние годы наблюдаются изменения в пользу массового туризма, что является следствием влияния следующих факторов:

– увеличение свободного времени;

– снижение цен на авиаперевозки;

– увеличение количества чартерных рейсов для удобства туристов, путешествующих группами;

– рост заинтересованности туроператоров массовым туризмом как бизнесом, что дает значительные прибыли;

– поиск новых экономически выгодных направлений;

– увеличение количества рабочих мест в массовом туризме;

– увеличение количества туристов, путешествующих автобусами благодаря низкой цене турпакета.

В связи с этим, турагентству стоит развиваться в данном направлении. Хоть это и приведет к увеличению штата сотрудников, найму дополнительных единиц (гиды, экскурсоводы), но при этом увеличится спрос и прибыль.

Услуги фирмы рассчитаны только на российского потребителя, поэтому стоит обратить внимание на обслуживание заграничных туристов. Для этого необходимо создать дополнительные туры по стране с учётом обслуживания данных туристов, заключить договора с предприятиями сфер обслуживания на внутреннем рынке (рестораны, гостиницы, больницы, транспорт и т.д.).

Реклама. Одним из главных принципов рекламы представляет собой большой объем, регулярность и постоянство воздействия. Рекламная кампания начинает приносить положительный экономический эффект с небольшого уровня. С этой целью необходима информационная кампания в средствах массовой информации. Также благоприятно участие в международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей России. Для повышения конкурентоспособности фирмы и создания имиджа необходимо организовать выпуск рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках.

Следует отметить, что предпочтения как иностранных, так и российских туристов заключается в высоком уровне сервиса и разумном соотношении качества и цены при выборе туристских услуг. Эти показатели, как правило, в приоритете.

Таким образом, основная цель в перспективе развития турагентства – это формирование современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, который будет обеспечивать хорошие условия для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия ООО «ТА «Вокруг света»

2.1 Анализ деятельности ООО «ТА «Вокруг света»

Турагентство ориентируется на внутренний и выездной туризм. Рынок туристских услуг во Владивостоке является высококонкурентным, в городе насчитывается более 150 турагентств. Несмотря на высокую конкуренцию, «Вокруг света» является сильным конкурентом на рынке туристских услуг, о чем говорит участие в выставках и долгая насыщенная история.

Организовываются туры в более 50 стран мира – Россия, Армения, Танзания, Абхазия, Австралия, Австрия, Андорра, Аргентина, Беларусь, Болгария, Бразилия, Великобритания, Вьетнам, Германия, Греция, Доминиканская Республика, Египет, Израиль, Индия, Индонезия, Испания, Италия, Канада, Кипр, Куба, Маврикий, Малайзия, Мальдивы, Мальта, Марианские острова, Мексика, Нидерланды, Новая Зеландия, ОАЭ, Португалия, Сайпан, Северная Корея, Сейшелы, Сингапур, США, Таиланд, Тунис, Турция, Фиджи, Филиппины, Финляндия, Франция, Французская Полинезия, Хорватия, Черногория, Чехия, Чили, Швейцария, Швеция, Шри-Ланка, Южная Корея, Япония.

Из них оформляются визы в страны: Южная Корея, Таиланд, Чехия, Мальта, Танзания, Египет, АОЭ, Шри-Ланка.

Особой популярностью пользуются пляжные и экскурсионные туры, из которых – пляжные: Сочи, Турция, АОЭ, Таиланд, Вьетнам, Испания, Греция; экскурсионные: круизы по Золотому кольцу России, Приморский край, Армения, Южная Корея, Абхазия.

В деятельность ООО «ТА «Вокруг света» входят следующие функции:

– выездной международный туризм: по всему миру;

– круизы по Азии, Европе, США;

– услуги по бронированию и приобретению ж/д билетов и авиабилетов на всех направлениях;

– образовательные программы за рубежом для детей и взрослых: США, Канада, Англия, Мальта, Австралия, Новая Зеландия, Китай, Южная Корея;

– эксклюзивные услуги лечебно-оздоровительного отдыха;

– свадебные туры и церемонии бракосочетания;

– оформление виз и страховых полисов;

– бронирование отелей;

– обслуживание VIP – туристов.

Из данного списка можно разобрать некоторые функции.

Оформление виз. Виза – документ, предоставляющий возможность пересечь границы территории того или иного государства. Для его оформления необходим заграничный паспорт. Визовые ограничения могут периодически изменяться. Например, меняется список необходимых документов или сроки нахождения на территории государства. Такие колебания в правилах пересечения границ наблюдаются каждый год. Для того, чтобы следить за нововведениями в визовых режимах, создан ежегодно обновляемый индекс визовых ограничений (или индекс паспортов). Существуют следующие виды виз: туристическая, деловая.

Туристическая: выдается лицам, приехавшим за рубеж отдохнуть, ознакомится с достопримечательностями. Не дает права учиться или работать в посещаемом государстве. Визовые формальности в туризме заключаются в том, что требуется предъявление билетов в оба конца и подтверждение бронирования жилья на время пребывания в стране.

Деловая: выдается только лицам, представляющим юридические организации. Дает право на проведение деловых операций, например на посещение конференций или бизнес-встреч.

Туристическое агентство специализируется в большинстве случаев именно на туристической визе.

Составление туров. Некоторые туры составляются в соответствии с критериями Coral Travel, так как «ТА «Вокруг света» частично является каналом сбыта продукции фирмы. Но, в основном, туристическое агентство создает эксклюзивные туры по приемлемым ценам.

При составлении тура учитываются отзывы туристов, популярные направления и программа. В состав тура входит: трансфер, проживание, питание, медицинская страховка, визовые услуги.

Услуги по бронированию и приобретению ж/д билетов и авиабилетов. Туристическое агентство бронирует и приобретает билеты исключительно через торгового посредника.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на ООО «ТА «Вокруг света». Культура предприятия

Туристическое агентство «Вокруг света» – это слаженная команда профессионалов. Их опыт в туризме с 2014 года. Они помогут подобрать тур любой сложности по интересующему направлению. Сервис клиентов на высоком уровне. Отзывчивость и радушие сотрудников оказывает отличный настрой всех клиентов фирмы. В выборе тура клиенту оказывают помощь мастера своего дела. С большим вниманием и ответственностью относятся ко всем пожеланиям и предложениям, консультируя и отвечая на все вопросы, интересующие

туристов. Отзывы, оставленные на сайте, не остаются без внимания и всегда учитываются. Компания имеет как постоянных клиентов, так и новых.

Особое внимание менеджеры турагентства уделяют сезонности, так как в зависимости от времени года спрос на туры в различные страны, а также на виды отдыха заметно изменяется. Сотрудники имеют профессиональную подготовку и квалификацию, знают законодательные и нормативные акты, формальности международных норм в сфере туризма, материалы и документы международных туристских организаций. Они владеют информацией, необходимой для потребителя, и постоянно ее актуализируют.

Менеджеры турфирмы ежегодно повышают свою квалификацию на специальных курсах и семинарах, а также имеют стаж работы в туризме, и знают свои должностные обязанности. Процесс обслуживания происходит с особой четкостью и высокой организацией работы, которая обеспечивает высокий уровень культуры обслуживания и максимальное удовлетворение потребностей клиента.

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. Также не мало важна информационная роль менеджера, поскольку для принятия решений, необходимо получить и обработать информацию о развитии системы управления туризмом. От полноты и достоверности информации в большей мере зависит и результат его работы.

Условия труда в компании ООО «ТА «Вокруг света» соответствуют стандартам. Помещение для работы просторное и комфортное. Все необходимое оборудование для работы имеется.

Режим работы сотрудников: с 10 до 17 часов, с обеденным перерывом; суббота с 11 до 15 часов, воскресение выходной.

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

Работая в компании «Вокруг света», с первых дней ощущаешь частью одного целого. Генеральный директор при работе с туристами внимательно изучает желания клиентов, старается предложить наиболее выгодный и интересный для туриста тур, всегда рекомендует страну, наиболее подходящий отель или курорт, соответствующий запросам и интересам.

Принимая участие в разработке тура, узнаешь для себя много нового и интересного. Например, что просто выбрать маршрут и утвердить его – недостаточно. Необходимо узнать

у туриста информацию, которая повлияет на стоимость тура, комфортабельность размещения, количества дней тура, количества туристов и т.д.

2.3 Информационные технологии ООО «ТА «Вокруг света»

Туристическое агентство имеет личный сайт, к которому имеют доступ все сотрудники предприятия. На сайте предоставлен различный спектр услуг под любые, даже требовательные, предпочтения. Помимо туров, клиенты могут ознакомиться со страной временного пребывания, визовыми условиями въезда и т.д. На сайте предоставлена вся необходимая информация для комфортного путешествия.

Для рекламы используются сайты: Яндекс. Бизнес и Фарпост.

Яндекс. Бизнес выполняет функцию проводника к официальному сайту, а Фарпост функции создания объявления, распространения туристского продукта и продвижения его в массы.

Используются Access-таблицы, приспособленные для ввода заявок, вывода на печать карт туров и проставления отметки об оплате, так и сложные комплексные системы, позволяющие автоматизировать и оптимизировать работу турфирмы. Можно выделить следующие уровни автоматизации:

– офисная оргтехника (телефония, факсы, ксероксы);

– компьютеры со стандартным программным обеспечением;

– специальное программное обеспечение – Qui-Quo, через которую сотрудники осуществляют бронирование и выкупают билеты.

Фирмы, специализирующиеся на туристическом софте, обладают богатым опытом общения с различными компаниями. Годами они отбирают самые рациональные методы взаимодействия с лидерами рынка, интегрируя их опыт в свой продукт. На сегодняшний момент профессиональные офисные программы претендуют на полную автоматизацию всех процессов турфирм. Огромный объем информации, которым владели наиболее продвинутые менеджеры, доступен всем или многим. Для того чтобы защитить информацию, необходимы средства безопасности. Для этого существует разграничение прав доступа в системе, и любой руководитель в состоянии построить свою иерархию доступа. Процесс, грамотно построенный и отлаженный, не зависит от кадров. Каждый имеет доступ к информации, в зависимости от прав, назначенных ему руководителем.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение на рынке как самого туристического агентства «Вокруг света», так и его туристского продукта является важнейшим направлением маркетинга. Под продвижением понимается комплекс рыночной деятельности (маркетинговых мероприятий), целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов, повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнёров и потребителей [6].

Подобные связи реализуются через такие каналы продвижения, как:

– реклама в современных рекламоносителях;

– прямой маркетинг;

– участие в мероприятиях по стимулированию сбыта.

Реклама. Одним из главных принципов рекламы представляет собой большой объем, регулярность и постоянство воздействия. Рекламная кампания начинает приносить положительный экономический эффект с небольшого уровня. С этой целью необходима информационная кампания в средствах массовой информации. Также благоприятно участие в международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей России. Для повышения конкурентоспособности фирмы и создания имиджа необходимо организовать выпуск рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках.

Помимо рекламы, ключевую роль в процессе продвижения продукции играют мероприятия по стимулированию сбыта. Они подталкивают потребителя совершить покупку, но лишь этим, разумеется, не ограничиваются.

Поэтому, определившись с сегментом аудитории и целевым рынком, на которых будет делаться акцент, важно знать и применять те методы и мероприятия, которые будут способствовать стимулированию сбыта.

Стимулирование сбыта представляет собой применение различных побудительных мер и средств преимущественно краткосрочного характера, нацеленных на ускорение и увеличение объемов сбыта услуг.

Основными задачами стимулирования сбыта считается побуждение клиентов к:

– незамедлительному совершению покупки прямо здесь и сейчас;

– совершению повторных покупок у данной фирмы;

– приобретению других услуг, объединенных общей торговой маркой.

В маркетинге принято считать, что стимулирование сбыта целесообразно в тех случаях, когда рынок наполнен множеством конкурирующих фирм, предлагающих однотипные услуги, либо в следующих случаях:

– при выходе компании на новый рыночный сегмент или использование нового канала сбыта;

– при выводе новой услуги на рынок;

– при продаже товаров методом самообслуживания;

– в случаях, когда необходимо поддержать и укрепить рыночные позиции фирмы в случае перехода жизненного товара в фазу насыщения.

Практика показывает, что стимулирование сбыта в современном мире выступает неотъемлемым элементом его организации. Чем эффективнее выстроена система, тем выше шансы фирмы на наращивание объемов сбыта своей продукции.

Основными средствами стимулирования сбыта в маркетинге выступают:

– презентация новых услуг;

– выдача специальных купонов на следующую покупку;

– введение системы скидок;

– предоставление возможности использования различных форм кредитования;

– выдача подарков постоянным клиентам;

– проведение конкурсов и лотерей.

Каждый из описанных выше инструментов имеет свои особенности, преимущества и недостатки. Более того, все они подходят для разной целевой аудитории. На практике чаще всего распространены скидки, купоны, акции, розыгрыши. По большому счету все множество инструментов стимулирования сбыта условно можно разделить на две большие группы: ценовые и неценовые. Первые связаны с необходимостью снижения отпускной цены единицы товара, а вторые – нет. При этом неценовые методы могут быть представлены в натуральной форме, в виде активного предложения или сервиса. К категории ценовых методов относятся: установление скидок на товары, раздача купонов и снижение цен с отсрочкой предоставления скидки. Сами скидки также могут принимать различные формы, а именно быть фиксированными и бонусными, зависеть от объемов продаж и распространяться на приобретение взаимодополняющей продукции. К активному предложению относится раздача листовок, проведение конкурсов, розыгрышей, лотерей и иных развлекательных мероприятий массового характера.

4 Система обеспечения безопасности

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в туристическом агентстве «Вокруг света».

Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» ст. 14. Обеспечение безопасности туризма:

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

Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти:

– информирует туроператоров, турагентов и туристов об угрозе безопасности туристов в стране временного пребывания, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации. Указанное опубликование осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации для опубликования обязательных сообщений;

– устанавливает совместно с федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации в сфере организации отдыха и оздоровления детей, общие требования к организации и проведению в природной среде мероприятий с участием детей, являющихся членами организованной группы несовершеннолетних туристов.

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

Наличие указанных обстоятельств подтверждается соответствующими решениями федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, принимаемыми в соответствии с федеральными законами.

При расторжении до начала путешествия договора о реализации туристского продукта в связи с наступлением обстоятельств, указанных в настоящей статье, туристу или иному заказчику возвращается денежная сумма, равная общей цене туристского продукта, а после начала путешествия ее часть в размере, пропорциональном стоимости не оказанных туристу услуг.

При заключении договора о реализации туристского продукта туроператор, турагент обязаны представить туристу или иному заказчику достоверную информацию (Приложение А):

– о правилах въезда в страну временного пребывания и выезда из страны временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну или выезда из страны временного пребывания;

– об основных документах, необходимых для въезда в страну временного пребывания и выезда из страны временного пребывания;

– о необходимости самостоятельной оплаты туристом медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания;

– об условиях договора добровольного страхования, о страховщике, об организациях, осуществляющих в соответствии с договором, заключенным со страховщиком, организацию оказания медицинской помощи в экстренной и неотложной формах в стране временного пребывания и ее оплату;

– об опасностях, с которыми турист может встретиться при совершении путешествия;

– о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно-эпидемиологических и иных правилах;

– о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране временного пребывания;

– о порядке обращения в объединение туроператоров в сфере выездного туризма для получения экстренной помощи.

Туроператоры, турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны пользоваться услугами инструкторов-проводников, если организуемые ими путешествия связаны с прохождением туристами маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты и другие).

Туроператоры и турагенты, организации, осуществляющие экскурсионное обслуживание, обязаны незамедлительно информировать уполномоченный федеральный орган исполнительной власти, органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления, специализированные службы по обеспечению безопасности туризма и заинтересованных лиц о чрезвычайных происшествиях, произошедших с туристами во время прохождения маршрутов, представляющих повышенную опасность для жизни и здоровья туристов, по территории Российской Федерации.

5 Технология формирования профессиональных компетенций

5.1 Предоставление турагенстских услуг

1) Выявить и проанализировать запросы потребителя и возможности их реализации

Потребность – это ощущение недостатка какого-либо ресурса. Реализация потребностей осуществляется в мотивах и желаниях людей, которые побуждают человека действовать, становятся формой проявления потребности. Туристические потребности заключаются в том, что человек испытывает тягу к путешествиям, желание узнать новое о новых местах, сменить обстановку, попасть в приключения. Данная потребность направлена также на рекреацию, то есть восстановление человека. Удовлетворение данной потребности осуществляется путем оказания туристических услуг. Туристическая услуга представлена следующими компонентами: результат взаимодействия потребителя и продавца; удовлетворение потребностей потребителя.

Услуга представляет собой осуществление полезных действий в адрес потребителя. Туристическая услуга предполагает реализацию невидимого товара особого рода, который в конечном виде представляет собой впечатление об оказанной услуге.

В современном мире для успешного существования любая организация должна уметь удовлетворять потребности своих клиентов. Данная позиция применима и к любой туристической организации.

На сегодняшний день в туристической сфере определяющую роль играет именно качество туристической продукции, а не любые другие показатели. Некачественное обслуживание автоматически ассоциируется с неуважением к клиенту. Если один из субъектов туристических услуг ненадлежащим образом исполняет свои обязанности, подобная тактика может обернуться катастрофой для всей туристической фирмы в целом. Актуальной проблемой в туристическом бизнесе является умение подавать туристический продукт. Менеджер должен обладать познаниями по определению потребностей клиента. Для того, чтобы удовлетворить потребности туриста, необходимо установить с ним контакт. Необходимо уметь отрабатывать возражения клиента, устанавливать его истинные потребности, отрабатывать негативный опыт.

2) Информирование потребителя о туристских продуктах

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

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

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

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

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

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

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

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

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

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

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

– об иных особенностях путешествия.

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.

Сотрудничество между туроператором и турагентом приносит выгоду обеим сторонам.

Обычно в агентском соглашении два участника: принципал и агент. Агентское соглашение близко к договору поручения. Принципал – лицо, поручающее выполнить определенные услуги, а агент – лицо, принимающее поручение Принципала выполнить эти услуги на определенных условиях за агентское вознаграждение. Принципал – юридическое лицо. Агентом может выступать как юридическое, так и физическое лицо.

В случае если принципал способен полностью обеспечить агента своим турпродуктом, то он ограничивает права агента на работу с другими принципалами. Если турпродукт недостаточно разнообразен, то агенту не запрещено работать с другими принципалами. Принципал оговаривает с агентом его обязанности: плановый объем продаж туристской продукции по согласованным ценам, а также необходимость всемерной поддержки имиджа фирмы-производителя продукции и использование только рекламных материалов фирменного происхождения. Агент должен принять обязательства не брать взятки, не извлекать прямой или скрытой личной прибыли из сделок помимо установленного соглашением комиссионного вознаграждения, соблюдать установленный уровень цен или ценовую политику, разумно применять разрешенные скидки. Агент обязан своевременно отчитываться перед принципалом в установленной форме и сроки, а также немедленно сообщать о возникших трудностях, претензиях и рекламациях клиентов.

4) Расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя

Себестоимость турпродукта должна отражать все затраты турфирмы на организацию поездки.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы продукции.

Себестоимость туристского продукта складывается из суммы переменных и постоянных затрат на организацию тура.

Основные постоянные затраты:

– аренда офиса;

– заработная плата персонала туристского предприятия с отчислениями на социальное страхование;

– затраты на общую рекламу;

– прочие хозяйственные расходы и др.

Переменные затраты:

– расходы на проживание – рассчитывается исходя из стоимости номера (в котором размещается турист);

– расходы на питание – стоимость питания может быть включена в стоимость проживания, а также указываться отдельно от стоимости номера, но в большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки;

– транспортные расходы – стоимость проезда до места назначения, трансфер, стоимость транспортных расходов на экскурсионное обслуживание;

– виза, при ее необходимости. В разрабатываемом туристском продукте виза не требуется;

– расходы на экскурсионную программу. Данная статья включает только расходы на экскурсии, входящие в основную программу тура. Стоимость экскурсий зависит от цены входных билетов в места экскурсий, а также от стоимости работы сопровождающего экскурсовода, гида. В калькуляцию включается либо стоимость одного группового билета, либо произведение стоимости одной экскурсии на число туристов.

– страховка. Страховка в данном туре не является обязательной и оплачивается туристом по желанию, в стоимость тура она не входит и оформляется как дополнительная услуга.

Цена туристской путевки больше себестоимости на величину затрат и прибыли туристской фирмы. То есть стоимость тура включает, кроме полной себестоимости, косвенные налоги и прибыль.

Норма прибыли для туристских фирм составляет 20 процентов, ее величина корректируется с учетом спроса, предложений и уровнем конкуренции на рынке туристских услуг.

Затраты по продвижению турпродукта включают все коммерческие расходы, к которым относятся комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и посредническим организациям, расходы на рекламу, расходы на участие в выставках, ярмарках и других мероприятиях.

5) Оформление турпакета

Турпакет – это готовый пакет услуг. Полный пакет документов на тур обычно включает в себя:

– ваучер на тур/отель (указаны принимающая сторона, отель, тип размещения (комнаты), период проживания, состав проживающих, разновидность питания). Если тур подразумевает заранее оплаченные экскурсии, то как правило они так же присутствуют в ваучере;

Проживание в отеле предоставляется согласно забронированной категории отеля (звёздности) и подтвержденного типа номера, указанных в ваучере.

Основные варианты предоставляемого питания: BB (только завтрак); HB (завтрак, ужин, напитки на ужин и в течение дня - платно); FB (завтрак, обед, ужин, напитки на обед, ужин и в течение дня - платно); AI (полный пансион) и т.д. Более подробно читайте питание в отелях.

Основные варианты размещения в отелях: SGL (одноместное размещение), SNL плюс CHL (одноместный номер с одним ребенком), SNL плюс 2 CHL (одноместный номер с двумя детьми), DBL (двухместное размещение с одной двуспальной кроватью), TWN (двухместное размещение с двумя односпальными кроватями) и т.д. (чит. типы размещения в отелях).

– трансфер;

Групповой трансфер аэропорт-отель-аэропорт осуществляется на комфортабельных автобусах международного класса. Возможен заказ индивидуального трансфера, и также VIP трансфера.

Ваучер на трансфер (очень часто это не отдельный документ, а просто в ваучере на тур/отель указана услуга на трансфер).

– авиаперелёт;

Билеты туда и обратно на каждого туриста.

– страховка;

Международная медицинская страховка (указывается номер страховки, страховщик, период страхования, застрахованные лица и тел. компании, которая обеспечивает страховые услуги в стране пребывания).

Стандартный страховой полис включает страхование медицинских и медико-транспортных расходов на указанную сумму и т.д. Стандартный полис не покрывает расходы по лечению травм, произошедших вследствие занятий различными видами активного отдыха, такими как: дайвинг, рафтинг, мотосафари, катание на лошадях и т.д. Данный полис также предусматривает круглосуточную информационно-юридическую поддержку.

– паспорта с визами (в случае, если страна визовая);

– памятка туриста (включает краткую информацию о стране, о принимающей компании и ее телефонах, о правилах поведения и безопасности);

– правовая помощь туристу во время путешествия

При возникновении противоправного случая, ущемляющего законные интересы туриста, он может в любое время обратиться к представителю Международной коллегии адвокатов «Лига защиты» и получить:

– квалифицированную консультацию, совет, заключение по правовым вопросам, справки по законодательству страны временного пребывания;

– защиту по гражданским делам, делам об административных правонарушениях, уголовным делам (кроме защиты потребительских прав), в которых турист проходит в качестве истца/ответчика, подозреваемого, обвиняемого, потерпевшего.

6) Выполнение работы по оказанию визовой поддержки

Для получения визы важно заполнить все документы правильно. Ошибка при оформлении бумаг может стать поводом для отказа в разрешении на въезд. Чтобы помочь людям избежать ошибок и собрать всю документацию, существует услуга визовой поддержки.

Под термином визовая поддержка подразумеваются услуги информационного и консультационного характера на тему оформления и получения разрешений на въезд в иностранное государство. Специалист визового центра объясняет, какие документы необходимо собрать для предоставления в консульство, как правильно заполнить анкету на получение визы, нужен ли перевод бумаг, куда передать справки и сколько ждать ответа.

Основная функция информационной поддержки – помочь клиенту получить визу. Если есть какие-либо проблемы, которые могут препятствовать получению документа, то специалист по визовой поддержке ищет варианты решения. Возможными проблемами могут быть: нехватка необходимых документов, неофициальное оформление на работе, отсутствие постоянного дохода.

Обращаясь за визовой поддержкой клиент может самостоятельно отнести документы в иностранное консульство или поручить это сотрудникам, предоставляющим консультацию. В первом случае специалисты визового центра только подготавливают документы и регистрируют клиента в консульстве на подачу документов или собеседование, если оно требуется. Во втором случае сотрудники самостоятельно подают пакет документов в консульство.

7) Оформление документов строгой отчетности

Договор о предоставление туристских услуг заключается между субъектами туристской деятельности, а также между ними и потребителями туристского продукта (туристами).

Договор оформляется в электронном виде на компьютере, на пишущей машинке или специальном шаблон-формуляре. Двуязычный договор допускается составлять двумя текстами, или на одной странице двумя колонками, распределяя текст или абзац текста одного языка напротив абзаца текста другого. Это удобно для сравнения корректности перевода.

Договор составляется и подписывается минимум в двух экземплярах (каждому партнеру), которые оформляются с соблюдением всех правил. Если число договоров больше или делаются копии, то это отражается и в договоре.

Подписывают договор первые лица каждой стороны. Подписание договора лицом, не имеющим на то уполномочий, влечет за собой потерю юридической силы договора. Допускается заверению подписью партнеров каждой страницы договора.

В договоре на туристское путешествие (туристские услуги) должны быть указаны:

– наименование документа, его регистрационный номер;

– место и дата заключения;

– понятия и определения;

– юридические наименования сторон, аббревиатуры, лицензии, свидетельства о регистрации;

– предмет и объект договора;

– обязательства сторон;

– условия бронирования туристского обслуживания;

– условия обслуживания туристов;

– документы обслуживания;

– общий перечень предоставляемых услуг, входящих в турпакет;

При заключении договора следует договориться с партнером о едином толковании понятий и определений, встречающихся в договоре (туроператор, турагент, перевозчик, трансфер, клиент, турист, ваучер, страхование и т.д.).

Предмет и объект договора приводятся в первом параграфе. Предмет договора – это не что иное, как определенное действие (прием, отправка, транспортные услуги и др.). Объект договора – это уже уточняющие характеристики предмета договора.

Предмет и объект договора должны основываться на законодательных актах по туризму, налогообложением туристской деятельности и прочими.

Обязательства сторон.

Данный раздел договора является одним из самых главных. Здесь указывают наиболее существенные обязательства сторон по договору. Их следует описать четко и ясно, концентрируя внимание на самых важных моментах.

Обязательно надо иметь ссылку на то, что данные обязательства могут уточняться, дополняться или изменяться при соответствующем оформлении в виде протоколов, дополнительных соглашений и т.д. Помимо этого, следует четко сформулировать пункт об изменении существующих условий, при которых договор становится недействительным.

5.2 Предоставление услуг по сопровождению туристов

1) Контроль за готовностью 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;

– 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.

Во время посадки туристов в автобус необходимо проверить наличие документов:

– загранпаспорт;

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

– 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 производиться 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. За любые совершенные им

действия и самостоятельно принятые решения, в результате которых фирма несет убытки, руководитель несет финансовую ответственность.

2) Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте

Следует соблюдать правила техники безопасности, так как благодаря этому уменьшается риск возникновения опасных ситуаций. Перед поездкой нужно составить списки туристов. Каждый турист обязан ознакомиться с инструкциями по безопасности и зарегистрировать прохождение инструктажа по правилам поведения и технике безопасности в соответствующем журнале по технике безопасности. В инструкциях указываются основные моменты правил поведения и техники безопасности на маршруте.

Процесс выполнения любого туристского маршрута разделяется на три основных этапа: подготовительный, маршрутный, заключительный.

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.

На маршрутном этапе менеджеры турфирмы применяют различные технологии обслуживания клиентов. Технология отправления туристов на маршрут зависит от особенностей путешествия.

Работа менеджера турфирмы и руководителя туристской группы на заключительном этапе связана в основном с документами. Руководитель группы обязан оформить отчет о выполнении тура. Если тур выполнялся без руководителя группы, отчет составляет менеджер соответствующего направления. Отчет может быть представлен как в произвольной, так и в формализованной форме.

3) Координация и контроль действий туристов на маршруте

В стратегии высококачественного сервиса туристов большая роль отводится работе руководителя туристской группы. Сотрудники обеспечивают качественное выполнение туристского маршрута. От его деловых, собственных, профессиональных свойств нередко находится в зависимости подходящее решение множества конфликтных обстановок, образующихся на маршруте.

Обязанности руководителя туристской группы:

– проведение организационного собрания туристской группы;

– организация прохождения туристами паспортного, таможенного и иного контроля в пункте назначения при въезде в зарубежную страну, а также выезде из нее;

– осуществление контроля за выполнением утвержденной программы;

– оформление ваучеров, отчетов, пр.;

– постоянное нахождение с туристской группой и оказание содействия принимающей стороны в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов;

– информирование 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;

– 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.

– осуществление контроля и координации качества обслуживания туристов принимающей стороны.

Перед началом туристского маршрута руководитель группы обязан уведомить о запланированном путешествии с предоставлением списков туристов специализированные службы МЧС, органы местного самоуправления муниципальных образований, на территории которых проложен маршрут повышенной опасности;

При подготовке к походу выходного дня или многодневному походу необходимо самым тщательным образом укомплектовать медицинскую аптечку.

4) Обеспечение безопасности туристов на маршруте

Существует несколько мер по обеспечению безопасности туристов на маршруте: информирование туристов, страхование, обучение персонала.

Страхование – способ защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц. Наиболее распространенные виды страхования в туризме: личное, имущественное, гражданской ответственности, страхование отпусков и поездок и др. Страхование все чаще становится обязательным условием любого тура [7].

Самый важный аспект обеспечения безопасности туристов – высокая квалификация и подготовка персонала для сопровождения туристской группы. Именно руководитель несёт ответственность за жизнь и здоровье туриста на маршруте. Руководитель следить за тем, чтобы никто не отстал от группы во время экскурсий, каждый раз садясь в автобус РТГ должен удостовериться в присутствии всех туристов. Также он провожает и встречает группу в

аэропорту, помогает разместиться в гостинице. Перед каждой экскурсией РТГ встречается с туристами в холе отеля, информирует об особенностях предстоящей поездки, контролирует размещение в автобусе, проверяет наличие багажа. Перед посещением музеев РТГ должен проверить наличие входных билетов, при необходимости встретиться с музейным гидом, представить его группе. Водитель автобус должен регулярно проверять исправность транспортного средства, соответствие санитарно-гигиеническим требованиям, исправность кресел, кондиционеров и прочего оборудования.

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.).

Страховые случаи возникают при определенном стечении обстоятельств и подразумевают выплаты со стороны страховой компании застрахованному лицу или его наследникам в случае смерти последнего. Каждая ситуация рассматривается индивидуально, соответственно принимаются и решения по выплатам.

Для оформления любого страхового случая предусмотрена своя схема, требуются конкретные документы. От этого зависят размер и срок дальнейших выплат. Немаловажную роль играет метод расчета страхового возмещения, разобраться в котором многим достаточно сложно. Поговорим об этом в нашей статье.

В договоре фиксируются страховые риски, то есть перечисляются вероятные события, наступление которых связано с последующими материальными и моральными потерями. Если опасения сбываются, страховщик обязан выплатить застрахованному или третьим лицам, имеющим на это право, соответствующее возмещение.

5) Контроль качества обслуживания туристов принимающей стороной

На туристском предприятии контроль может осуществляться следующими способами: администрацией фирмы или сторонними организациями. Методами контроля качества конкретной услуги могут быть: визуальные, аналитические, социологические.

Как способ предварительного контроля используется аналитический метод, то есть изучение документов по предоставляемой услуге с подробным её описанием: расположение, этажность, номерной фонд, типы питания, время заезда/выезда, описание номеров разных категорий, санитарно-гигиенические условия и т.д. Таким образом не видя объект можно теоретически оценить качество предоставляемых услуг.

Еще один способ – визуальный. Как пример, рекламный тур, позволяющий увидеть, попробовать, оценить качество всех услуг работником фирмы.

Также турфирма контролирует качество предоставляемых услуг с помощью РТГ, который при несоблюдении каких-либо норм (транспорт, размещение, питание и т.д.) сообщает об этом в фирму.

Как итоговый контроль используется социологический метод, а именно опрос туристов о качестве предоставленных услуг после окончания тура. Также анкетирование можно проводить до реализации конкретного турпродукта с целью создания востребованной программы обслуживания.

6) Оформление отчетной документации о туристской поездке

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

отчета является дата его утверждения или вынесения резолюции. К отчету может прилагаться пояснительная записка и другие справочные материалы.

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.

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.

5.3 Предоставление туроператорских услуг

1) Оформление отчетной документации о туристской поездке

Центральным советом по туризму и экскурсиям утверждены единые формы маршрутной документации, которую группы туристов оформляют в процессе подготовки к походу и частично во время похода. Правильно оформленные маршрутные документы дают возможность преимущественного размещения самодеятельных туристов в туристских учреждениях - кемпингах, турбазах, тургостиницах. На основании этих документов осуществляется учет работы туристских коллективов, кроме того, маршрутные документы являются основанием для. получения спортивных разрядов.

Документом, дающим право на проведение похода выходного дня и некатегоричного похода и путешествия, является маршрутный лист установленного образца. В маршрутный лист записываются сведения об организации, проводящей поход (путешествие), о районе его проведения, руководителе и членах туристской группы, а также о типе транспортных средств. Приводятся в этом документе и план похода, схема маршрута.

Маршрутный лист (в двух экземплярах) заполняется руководителем группы, подписывается председателем совета коллектива физкультуры или председателем правления

туристского клуба (или ответственным лицом организации, проводящей поход, путешествие) и заверяется печатью профкома, организации. Один экземпляр маршрутного листа группа берет с собой в поход (путешествие), а другой оставляет в своем туристском коллективе для контроля.

Для проведения похода и путешествия I-V категорий сложности требуется маршрутная книжка установленного образца, которая оформляется на основании заявочной книжки. Заявочная книжка в двух экземплярах оформляется так же, как и маршрутный лист. В ней приводятся подробные сведения о группе, маршруте и подготовке к путешествию. В том числе в этой книжке требуется указать спортивную квалификацию и опыт каждого туриста. Здесь же туристы подписями удостоверяют свое знание правил, которые нужно соблюдать в пути. Заполняется большой раздел о материальном обеспечении группы (имеются в виду снаряжение групповое и индивидуальное, а при необходимости и продукты питания, ремонтный, набор и т. п.).

Прежде чем руководитель группы получит от МКК бланк маршрутной книжки или маршрутного листа, он должен сдать ответственному секретарю комиссии полностью заполненный бланк заявочной книжки или второй экземпляр маршрутного листа, в которых имеются все сведения об участниках похода и маршруте группы, необходимые для организации в случае получения сигнала бедствия поисково-спасательных работ. Заявочная книжка (в двух экземплярах) вместе с заполненной маршрутной книжкой представляется на рассмотрение маршрутно-квалификационной комиссии (МКК) соответствующих добровольных спортивных обществ (ДСО), ведомственных физкультурных организаций, туристских клубов, федераций туризма советов по туризму и экскурсиям. При положительном заключении маршрутно-квалификационной комиссии руководителю группы выдаются пронумерованные, зарегистрированные маршрутная и заявочная книжки, заверенные штампом МКК (один экземпляр заявочной книжки хранится в этой комиссии).

В случае необходимости в маршрутную и заявочную книжки вносятся особые указания группе, определяется и записывается место регистрации группы перед выходом на маршрут в соответствующей туристской контрольно-спасательной службе (КСС). На основании положительного заключения МКК и медицинских справок о состоянии здоровья участников группы маршрутная книжка подписывается председателем совета коллектива физкультуры или председателем правления туристского клуба (или ответственным лицом организации, проводящей поход, путешествие) и заверяется печатью профсоюзного комитета или организации. Заявочная книжка хранится в организации, проводящей поход, путешествие.

2) Проведение маркетинговых исследований рынка туристских услуг

Маркетинговое исследование считается системным в что случае, когда все принятые заключения в его рамках считается кропотливо санкционированными и запланированными Объективность рекламного изучения гарантируется использование ям научных способов заключения рекламных задачей.

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

– туристический рынок, субъектов, на нем функционируют;

– рыночную позицию предприятия;

– конкурентная среда;

– продажа туристических услуг во временном и пространственном измерении;

– поведение потребителей в процессе продажи;

– степень удовлетворения туристов;

– наблюдение за целевым рынком;

– инструменты влияния комплекса маркетинга, о продукте, цепу, дистрибуции коммуникацию по курсу;

– прогнозирование тенденций развития рынка на перспективу.

3) Формирование туристского продукта

Под туристским продуктом следует понимать комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Формирование туристского продукта - это деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.) (ст. 1 Федерального закона от 24.11.1996 N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ" (далее - Закон N 132-ФЗ)).

Туристский продукт формируется исходя из конъюнктуры туристского рынка или по конкретному заказу туриста из услуг организаций, причастных к обслуживанию туристов на отдыхе и в путешествии.

К таким организациям относятся транспортные компании, гостиницы, рестораны, кафе, экскурсионные фирмы, музеи и выставочные залы, спортивные и курортные организации и т.д.

Формирование турпродукта вправе осуществлять исключительно организации, являющиеся туроператорами и отвечающие всем требованиям Закона N 132-ФЗ, - наличие

финансового обеспечения и регистрация в едином федеральном реестре туроператоров (ст. 4.1 Закона N 132-ФЗ).

При формировании туристского продукта туроператор осуществляет поиск следующих контрагентов:

– организаций гостиничной сферы и иных организаций, оказывающих услуги по размещению и проживанию туристов;

– организаций-перевозчиков, других организаций, оказывающих услуги по транспортному обслуживанию, в частности организаторов чартерных программ, а также обладателей прав на такие услуги;

– организаций общественного питания и прочих организаций, оказывающих услуги по питанию туристов, а также обладателей прав на такие услуги;

– экскурсионных бюро и иных организаций, оказывающих услуги по экскурсионному обслуживанию (в частности, организаторов круизов, сафари и т.п.), а также обладателей прав на такие услуги;

– медицинских учреждений и организаций, санаториев, профилакториев и других организаций, оказывающих услуги по медицинскому обслуживанию, а также обладателей прав на такие услуги;

– организаций культуры, спорта и иных организаций, оказывающих услуги культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера, и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также обладателей прав на такие услуги;

– страховых организаций, оказывающих услуги по страхованию туристов во время турпоездки, в том числе по страхованию туристов от несчастных случаев и медицинскому страхованию;

– организаций или физических лиц, оказывающих услуги гидов-переводчиков, сопровождающих;

– организаций, оказывающих иные услуги, используемые при формировании туристского продукта;

– туроператоров по приему туристов, обеспечивающих предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

Туроператор приобретает право на услуги, входящие в тур, на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные услуги, или с туроператором по приему туристов, обеспечивающим предоставление всех видов услуг, входящих в тур.

4) Расчет стоимости 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 ночевок в гостинице, классность и местоположение гостиницы. Наиболее приемлемые цены для большинства российских туристов – на уровне двух- 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.

Питание. Выбирается один из вариантов.

Трансферт. 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

Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания

Проблема обеспечения качества продукции носит в современном мире универсальный характер. От того, насколько успешно она решается, зависит многое в развитии любой отрасли. Однако показатели качества, а также проблемы, связанные с выпуском качественной продукции, специфичны для каждой отрасли, в том числе и для сферы туризма.

В настоящий момент понятие качества как категории нормировано и определяется стандартами.

Стандарт – нормативный документ, разработанный на основе соглашения большинства заинтересованных сторон и принятый признанным органом или утвержденный предприятием, в котором устанавливаются для всеобщего и многократного использования правила, общие принципы, характеристики, требования и методы, касающиеся определенных объектов стандартизации, и который направлен на достижение оптимальной степени упорядочения в определенной области.

В соответствии с определением Международной организации по стандартизации (ИСО) качество – это совокупность свойств и характеристик продукта, которые придают ему способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности. Существует также определение качества продукции, приведенное в ГОСТ 15467-79, согласно которому «качество продукции – совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением».

Закон определяет стандартизацию как деятельность по установлению норм, правил и характеристик (требований) в целях обеспечения:

– безопасности продукции, работ, услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества;

– качества продукции, работ, услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии;

– единства измерений;

– экономии всех видов ресурсов.

Объект стандартизации – продукция, услуги и процессы, которые неоднократно воспроизводятся или используются. Именно стандарт, по сути, определяет условия и методы, обеспечивающие показатели качества.

Основной задачей туристического предприятия является качественное представление туристических услуг. Это требует выполнение всех специфических требований, диктуемых

потребностями рынка и безопасностью услуг. Необходимо учитывать особенности обслуживания, входящие в понятие гостеприимства.

Экономическая эффективность – это результат, который выражается определенной выгодой, достигнутый при определенных денежных затратах, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Экономическая эффективность обслуживания означает получение выигрыша от:

– производственно-обслуживающего процесса туристической фирмы;

– туристического обслуживания населения;

– организации обслуживания

Экономическая эффективность обслуживания является составным элементом общей эффективности общественного труда и выражается определенными критериями и показателями. Под критерием следует понимать основное требование к оценке правильности решения поставленной задачи. Необходимость критерия возникает потому, что следует четко определить, с каких позиций следует подходить к расчету эффективности производственно-обслуживающего процесса.

Управление качеством услуг в гостиничном бизнесе – один из важнейших способов управления и организации деятельности гостиничного предприятия. В сфере гостиничного бизнеса качество дифференцируется на три вида:

– техническое;

– функциональное;

– социальное.

Внедрение стандартов качества вынуждает руководство анализировать требования потребителей гостиничных услуг, оценивать удовлетворенность качеством обслуживания. Качество гостиничных услуг оценивается на основе показателей, которые должны обеспечивать:

– повышение качества гостиничной услуги и соответствие требованиям ее потребителей;

– соответствие качества услуги передовому зарубежному опыту в индустрии гостеприимства;

– учет современных достижений науки и техники и основных направлений научно-технического прогресса и развития сферы гостиничных услуг;

– характеристику свойств гостиничной услуги на стадиях ее жизненного цикла, обусловливающих способность удовлетворять определенные потребности клиентов в соответствии с ее назначением.

Стандартизация – это деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфортность труда.

Цель стандартизации – достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач. Цели стандартизации можно разделить на общие и узкие.

Общие цели вытекают прежде всего из содержания понятия. Конкретизация общих целей связана с выполнением тех требований стандартов, которые являются обязательными. К ним относятся разработка норм, требований, правил, обеспечивающих безопасность услуг для жизни и здоровья людей, окружающей среды и имущества, качество услуг в соответствии с уровнем развития научно-технического прогресса, экономии всех видов ресурсов, безопасность хозяйственных объектов, связанная с предотвращением возникновения различных катастроф (природного и техногенного характера) и чрезвычайных ситуаций и т.д.

Внутрифирменные стандарты находят свое отражение в нормативном описании бизнес-процессов для административных служб и производственных процессов (технологические процедуры) по каждому производственному подразделению гостиничного предприятия на основании технического паспорта, категоризации гостиницы, должностей работников и их обязанностей в данном подразделении.

Стандарты разрабатываются по желанию инвестора непосредственно под гостиницу с учетом всех ее специфических черт для каждой категории персонала и каждого участка работ. К стандартам продукта относятся стандарты интерьера, стандарт прилегающей территории, стандарт используемых отделочных материалов, стандарты гостевых номеров, стандарты инженерно-коммуникационного оборудования, стандарты систем безопасности и видеонаблюдения и др.

Стандарты сервиса – описание процедур, технологий, систем, методов, правил поведения, общения и обслуживания. К стандартам сервиса относятся:

– стандарт контроля качества обслуживания;

– стандарт персонала гостиницы;

– стандарты оценки качества работы персонала и др.

Стандарты должны отражать зоны ответственности и последовательности взаимодействия подразделений и сотрудников компании.

Золотое правило обслуживания гласит, что гостей следует обслуживать так, как бы вы хотели, чтобы обслужили вас. Стандарты качества обслуживания — это критерии,

необходимые для обеспечения результативности системы менеджмента качества. Под стандартами обслуживания подразумевается совокупность процедур и каждодневных операций, выполняемых персоналом и способствующих максимальному удовлетворению посетителей. Залогом коммерческого успеха гостиничного предприятия является умение его владельцев предугадать любое возможное желание потенциального клиента. Исходя из этого, необходимо разрабатывать стандарты обслуживания для каждого предприятия в отдельности, учитывая международные и национальные требования. Стандарты должны быть гибкими и отражать пожелания клиентов, особенно постоянных, а также соответствовать концепции предприятия. В гостиничном бизнесе прежде всего продается впечатление, поэтому важно, чтобы клиентам не передавались негативные эмоции, они должны чувствовать себя психологически комфортно.

Понятие «качественное обслуживание» включает наличие и соблюдение следующих стандартов:

– стандартов и технологий обслуживания, которые предполагают соблюдение установленной технологии обслуживания в номерном фонде гостиницы, ресторанах, барах, стойке размещения;

– стандартов внешнего вида обслуживающего персонала;

– стандартов поведения обслуживающего персонала;

– стандартов телефонного этикета;

– стандартов рассмотрения жалоб и возражений.

Соблюдение стандартов и технологии обслуживания должен обеспечить руководитель ответственной службы за этапы процесса обслуживания.

Для проведения работ по качеству и контролю качества в средних и крупных гостиницах может быть организовано специальное подразделение. Служба качества должна работать в тесном контакте со всеми подразделениями гостиницы, так как качество конечной деятельности гостиницы и удовлетворенность потребителей определяются совместной деятельностью всех служб гостиницы. Служба качества может осуществлять контроль качества по действующим в гостинице стандартам.

Таким образом, для повышения качества обслуживания необходима комплексная оценка, которая позволит сохранить имеющихся клиентов, обеспечит увеличение их количества, даст возможность оценить качество гостиничного предложения в масштабах всей гостиницы, позволит осуществлять постоянный контроль за мерами по повышению качества обслуживания, создаст основу для обучения и повышения квалификации по контролю качества и соблюдения корпоративных стандартов.

Заключение

В сфере туризма тесно переплетены интересы культуры и транспорта, безопасности и международных отношений, экологии и занятости населения, гостиничного бизнеса и санаторно-курортного комплекса. Эта отрасль имеет большое значение для государства в целом, субъектов Федерации, муниципальных образований, а также отдельной личности в частности.

Отечественная туристическая индустрия начала качественно изменяться и приобретать черты динамичной, эффективной и цивилизованной отрасли экономики. Изменилось отношение к туризму со стороны региональных властей и Правительства. Все большее число россиян предпочитают отдыхать в своем отечестве.

В процессе прохождения практики были приобретены практические навыки самостоятельной работы с клиентами и партнерами и опыт работы по специальности. Совместно с руководителем практики от предприятия ООО «ТА «Вокруг света» были разработаны и реализованы новые туры туристического агентства в Абхазию, Сочи, Байкал, Армению, по Приморскому краю, круизы по Золотому кольцу России, также в период прохождения практики была изучена информация по авиарейсам (бронирование, оформление, условия аннуляции авиабилетов, а также условия их приобретения по различным акциям авиакомпаний; сроки действия, стыковки и т.п.), подбору документов для визирования в различные страны. Кроме того, были получены навыки ведения деловой переписки с партнерами и туристами, оформления турпакета (оформление документов, составление программы тура, информационного листка, договора с туристом и т.п.), подбора пакета документов для визирования и непосредственно оформление виз в посольствах и консульствах г. Владивостока (Южная Корея, США), подбор документов для оформления визы (Шенген)(Приложение Б), были постигнуты азы продажи туров (телефонный разговор – официальная переписка – продажа – бронирование тура – подбор документов и оформление необходимой документации).

На сегодняшний день ООО «ТА «Вокруг света» на рынке туристских услуг занимает достойное место, и вполне может конкурировать с крупными фирмами, в этом заслуга трудового коллектива фирмы, который старается соответствовать ожиданиям клиентов сделать тур безопасным и интересным. Все это выполняется с азартом, поэтому клиенту с сотрудником компании всегда будет легко достигнуть взаимопонимания.

Список использованных источников

1 Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ. Статья 1. Основные понятия. //СПС «Консультант плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 22.06.2022)

2 Об обществах с ограниченной ответственностью: Федеральный закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 02.07.2021, с изм. 25.02.2022). Статья 2. Основные положения об обществах с ограниченной ответственностью. //СПС «Консультант плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/ (дата обращения: 22.06.2022)

3 Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма: Приказ Минздравсоцразвития Российской Федерации от 12.03.2012 N 220н. Глава 3. Квалификационные характеристики работников, осуществляющих турагентскую деятельность. //СПС «Консультант плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_128025/ (23.06.2022)

4 Актион. Информационно-аналитическая система: [сайт]. – URL: https://www.gd.ru/ (дата обращения: 22.06.2022)

5 Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма: Приказ Минздравсоцразвития Российской Федерации от 12.03.2012 N 220н. Глава 3. Квалификационные характеристики работников, осуществляющих турагентскую деятельность. //СПС «Консультант плюс» – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_128025/ (дата обращения: 24.06.2022)

6 Википедия. Продвижение: [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/ (дата обращения: 08.06.2022)

7 Справочник. Страховое возмещение в туризме: [сайт]. – URL: https://spravochnick.ru/ (дата обращения: 23.06.2022)

8 Студбукс. Понятие событийного туризма: [сайт]. – URL: https://studbooks.net/ (дата обращения: 25.06.2022)

Приложение А

(обязательное)

Договор о реализации туристского продукта

Форма примерного договора
о реализации туристского продукта

г. _____ «_____» _____ 20___ г.

_____,
(полное наименование юридического лица / ФИО индивидуального предпринимателя)

в лице _____, действующего на основании _____, далее именуемое *«Туроператор/Турагент»*, с одной стороны, и

_____,
(ФИО лица, заказывающего туристический продукт / лицо, выступающее от имени туриста, в т.ч. законный представитель несовершеннолетнего туриста)

в дальнейшем именуемый «Заказчик», с другой стороны, совместно именуемые «Стороны», заключили настоящий договор (далее – «Договор») о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1 *Туроператор/Турагент* обязуется на условиях и в сроки, установленные настоящим Договором, реализовать Заказчику комплекс туристских услуг по перевозке и размещению (далее – «Туристский продукт»), а Заказчик принять и оплатить указанный туристский продукт.

Информация о туристе/туристах, а так же характеристики и потребительские свойства Туристского продукта указываются в заявке на бронирование (далее – Заявка) (Приложение № 1 к Договору), которая является неотъемлемой частью настоящего Договора.

1.2 Туристский продукт, соответствующий характеристикам, указанным в Заявке, формируется Туроператором _____, сведения о котором содержатся в Приложении № 2 к Договору.

1.3 Услуги, входящие в Туристский продукт, оказываются Туроператором непосредственно или с привлечением третьих лиц.

1.4 Турагент осуществляет реализацию Туристского продукта на основании договора с Туроператором от «__» _____ 20__ г., сформировавшим Туристский продукт.

2. Цена и порядок оплаты Туристского продукта

2.1 Общая цена Туристского продукта указана в Приложении № 1 к Договору. Оплата по Договору осуществляется в рублях посредством наличных и безналичных расчетов.

2.2 Оплата Туристского продукта осуществляется Заказчиком в следующем порядке:

2.2.1 при заключении настоящего Договора Заказчик оплачивает *Туроператору/Турагенту* предоплату в размере _____% от его общей стоимости туристического продукта. Оставшаяся сумма подлежит оплате

Приложение Б

(обязательное)

Шенгенская виза

Фотография

(3,5x4,5 см)

ГЕНЕРАЛЬНОЕ КОНСУЛЬСТВО ВЕНГРИИ г. Алматы

Заявление о выдаче шенгенской визы

Бесплатная анкета

Анкета должна быть заполнена латинскими буквами и подписана лично заявителем!

1. Фамилия/-и:	**2. Девичья фамилия (прежняя/ие фамилия/-и):**	**Kizárólag nagykövetségi/konzuli használatra**
3. Имя/имена и отчество:		**A kérelem kelte:**
4. Дата рождения (год-месяц-день):	**5. Номер внутреннего общегражданского паспорта:**	**Ügyintéző:**
6. Город (населенный пункт) и страна рождения:		**Igazoló okmányok:**
7. Гражданство/-а в настоящее время:	**8. Гражданство по рождению:**	☐ Érvényes útlevél ☐ Anyagi fedezet
9. Пол: ☐ Мужской ☐ Женский	**10. Семейное положение:** ☐ холост/не замужем ☐ женат/замужем ☐ живу раздельно с супругой/-ом ☐ разведен/-а ☐ вдовец/вдова ☐ иное	☐ Meghívás ☐ Közlekedési eszköz
11. Ф.И. отца:	**12. Девичья Ф.И. матери:**	☐ Egészségbiztosítás
13. Тип паспорта: ☐ заграничный ☐ дипломатический ☐ служебный ☐ проездной документ (Конвенция 1951 г.) ☐ проездной документ для иностранного гражданина/лица без гражданства ☐ паспорт моряка ☐ иное (указать):		☐ Egyéb:
14. Номер паспорта:	**15. Кем выдан:**	
16. Дата выдачи:	**17. Срок действия:**	**Vízum:** ☐ Elutasítva ☐ Megadva
18. Есть ли у Вас разрешение на обратный въезд в страну временного проживания? **(Заполняется нерезидентами)** ☐ Нет ☐ Да, номер и срок действия:		
*** 19. Занимаемая должность (или студент, школьник, пенсионер и др.):**		**A vízum jellemzői:** ☐ LTV ☐ A ☐ B ☐ C ☐ D ☐ D + C
*** 20. Название, адрес и телефон работодателя (для учащихся – название и адрес учебного заведения):**		
21. Страна основного назначения:	**22. Категория визы:** ☐ транзит-аэропорт ☐ транзитная ☐ краткосрочная	**23. Виза:** ☐ индивидуальная ☐ групповая
24. Запрашиваемое количество въездов ☐ один ☐ два ☐ многократный	**25. Срок пребывания:** Виза запрашивается на: ..... дней.	**Beutazások száma:**
26. Визы, полученные в течение 3-х последних лет, и срок их действия:		☐ 1 ☐ 2 ☐ Többs Érvényes: ....
27. В случае транзита: имеется ли разрешение на въезд в страну назначения? ☐ нет ☐ да, срок действия до: кем выдано:		
*** 28. Предыдущие поездки с посещением Венгрии или других государств-участников Шенгенского соглашения:**		Engedélyezett napok

Рисунок Б. 1 – Шенгенская виза

Индивидуальное задание по производственной практике

Студентка Измугденова Ангелина Дмитриевна,
обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику в объеме 144 часа с «28» ноября 2022 г. по «24» декабря 2022 г.
в организации ООО «Туристическое агентство «Вокруг света», 690091, г. Владивосток, ул. Уборевича, 28.

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	*Вид работ*	*Кол-во часов*
1	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности.	**1**
2	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям. Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	***3***
3	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	***8***
4	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта. Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	***8***
5	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности. Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы.	***8***
6	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта; Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности.	***8***
7	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	***8***
8	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут. Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках.	***8***
9	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Анализ событийных мероприятий предприятия.	***8***
10	Изучение технологий досуговой деятельности предприятия. Разработка игр, досуговых программ.	***8***
11	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	***8***
12	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания. Составление отчета руководителя туристской группы.	***8***
13	Сбор и анализ документов строгой отчетности. Анализ претензий туристов.	***8***
14	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	***8***
15	Распространение рекламных материалов и сбор информации.	***8***

	Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	
16	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	*8*
17	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам.	*8*
18	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	*8*
19	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета	*12*

Дата выдачи задания «28» ноября 2022 г.
Срок сдачи отчета по практике «24» декабря 2022г.

Подпись руководителя практики
_____ / Ермолович Л.О., преподаватель Академического колледжа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Измугденова Ангелина Дмитриевна,
обучающаяся на 2 курсе по специальности 43.02.10 Туризм прошла производственную практику в объеме 144 часа в с «28» ноября 2022 г. по «24» декабря 2022 г.
в организации ООО «Туристическое агентство «Вокруг света», 690091, г. Владивосток, ул. Уборевича, 28.

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

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
Предоставление турагентских услуг	ПК 1.1 Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям	Отлично
	ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах	Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты	Отлично
	ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов	Хорошо
	ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности. Составление бланков, необходимых для реализации турпродукт	Хорошо

	ПК 1.5 Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Отлично
	ПК 1.6 Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов по оформлению визы. Доставка туроператору пакета документов для получения виз	Отлично
	ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности	Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности	Отлично
Итоговая оценка по ПМ 01. Предоставление турагентских услуг			Отлично
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.	Отлично
	ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках	Отлично
	ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Контроль наличия туристов. Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального	Отлично

		туриста на маршруте. Изучение технологий проведения мероприятий разного типа. Изучение технологий досуговой деятельности предприятия.	
	ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	Отлично
	ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Анализ событийных мероприятий предприятия. Разработка сценариев мероприятий различного профиля. Разработка игр, досуговых программ. Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	Хорошо
	ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Сбор и анализ документов строгой отчетности	Отлично

Итоговая оценка по ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению туристов			Отлично
Предоставление туроператорских услуг	ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы. Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	Отлично
	ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	Отлично
	ПК 3.3 Формировать туристский продукт	Распространение рекламных материалов и сбор информации. Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам. Предоставление информации турагентам по рекламным турам.	Отлично
	ПК 3.4 Рассчитывать стоимость туристского продукта	Работа с запросами клиентов. Использование различных	Хорошо

		методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	
Промежуточная оценка по ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг			Отлично

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоен на продвинутом уровне

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

Дата 24 декабря 2022 г.

Оценка за практику Отлично

Руководитель практики от предприятия _____ **Бойко Е.Ю.**

подпись

М.П.

ДНЕВНИК
прохождения производственной практики

Студент Измугденова Ангелина Дмитриевна
Специальность/профессия 43.02.10 Туризм
Группа С-ТУ-21
Место прохождения практики ООО «ТА «Вокруг света», Приморский край, г. Владивосток, ул. Уборевича, 28.
Сроки прохождения с «28.11.2022» по «24.12.2022»

Инструктаж на рабочем месте «28» ноября 2022 г _____ Бойко Е.Ю.
подпись

Дата	**Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)**	**Оценка**	**Подпись руководителя практики**
28.11	Организационное собрание: ознакомление с особенностями прохождения практики, получение индивидуального задания на практику. Инструктаж по технике безопасности. Предоставление турпродукта индивидуальным и корпоративным потребителям. Оперирование актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты.	5	
29.11	Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.	5	
30.11	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта. Доставка туроператору пакета документов для получения виз.	5	
01.12	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности. Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы.	5	
02.12	Составление бланков, необходимых для реализации турпродукта; Приобретение, оформление, ведение учета и обеспечение хранения бланков строгой отчетности.	5	
03.12	Контроль наличия туристов. Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут.	5	
05.12	Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут.	5	

	Проводить инструктаж туристов на русском и иностранном языках.		
06.12	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста на маршруте. Анализ событийных мероприятий предприятия.	5	
07.12	Изучение технологий досуговой деятельности предприятия. Разработка игр, досуговых программ.	4	
08.12	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях на маршруте. Обращаться за помощью в соответствующие службы при наступлении чрезвычайной ситуации. Взаимодействие со службами быстрого реагирования.	4	
09.12	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания. Составление отчета руководителя туристской группы.	5	
10.11	Сбор и анализ документов строгой отчетности. Анализ претензий туристов.	5	
12.12	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний.	5	
13.12	Распространение рекламных материалов и сбор информации. Ведение документооборота с использованием информационных технологий.	4	
14.12-15.12	Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов. Оформление документов для консульств, оформлять регистрацию иностранных граждан.	5	
16.12-17.12	Работа с запросами клиентов. Работа с агентскими договорами. Консультирование партнеров по турпродуктам.	5	
19.12-20.12	Предоставление информации турагентам по рекламным турам. Использование различных методов поощрения турагентов, расчет для них комиссионных.	5	
21.12-23.12	Обобщение полученных материалов. Подготовка и оформление отчета о практике. Защита отчета	5	
24.12	Дифференцированный зачет	5	

Руководитель _____ **Бойко Е.Ю.**

подпись

М.П.

Характеристика деятельности студента
Измугденова Ангелина Дмитриевна
группы С-ТУ-21 при прохождении производственной 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	Средний
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая электронные	Высокий
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для профессиональной деятельности	Применение информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	Высокий
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с коллегами, потребителями туристских услуг	Высокий
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция собственной работы	Высокий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Обновление знаний, приобретение новых способов мышления, новых методов и приемов работы	Высокий
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Анализ новых технологий в области технологических процессов туристского обслуживания	Средний

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	Высокий
ПК 1.3	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Средний
ПК 1.4	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя	Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности	Средний
ПК 1.5	Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)	Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Высокий
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	Высокий
ПК 2.1	Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут	Контроль наличия туристов. Проведение проверки готовности транспортных средств при выходе на маршрут	Высокий
ПК 2.2	Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте	Проверка документов, необходимых для выхода тургруппы на маршрут. Проведение инструктажей по технике безопасности	Высокий
ПК 2.3	Координировать и контролировать действия туристов на маршруте	Определение особых потребностей тургруппы или индивидуального туриста	Высокий
ПК 2.4	Обеспечивать безопасность туристов на маршруте	Принятие решения в сложных и экстремальных условиях	Высокий
ПК 2.5	Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной	Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания	Средний

ПК 2.6	Оформлять отчетную документацию о туристской поездке	Составление отчета руководителя туристской группы	Высокий
ПК 3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Осуществление маркетинговых исследований. Проведение анализа деятельности других туркомпаний	Высокий
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	Средний
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) _____ Бойко Е.Ю.

М.П.

Характеристика

Во время прохождения производственной практики в ООО «ТА «Вокруг света» Измугденова Ангелина Дмитриевна проявила себя как дисциплинированный и исполнительный студент-практикант.

В работе ее можно охарактеризовать как целеустремленного студента, обладающего необходимыми знаниями и быстро усваивающего новую информацию. Активно стремится к приобретению новых знаний и навыков.

При выполнении программы производственной практики приобрела следующие навыки:

– ознакомление с функционированием туристической организации, ее работой;

– изучение и работа с визами;

– работа с профессиональным сайтом туристического агентства;

– составление документации, необходимой при работе с туристами;

– составление потенциального туристского продукта;

– взаимодействие с различными турагентствами;

– работа с заявками туристов;

– разработка рекламных материалов и их распространение;

– работа с официальными документами;

– составление агентских договоров;

– взаимодействие с туристами.

Ко всем поручениям и заданиям производственной практики относилась ответственно, аккуратно и добросовестно. Соблюдала рабочий режим и была пунктуальной, добросовестно и ответственно относилась к выполнению поручений. Внимательна к критике в адрес своей работы, а также при указании на ошибки, исправляет и делает выводы.

По результатам практики получает оценку «отлично».

Руководитель практики от организации _____ Бойко Е.Ю.

М.П.

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Измугденова Ангелина Дмитриевна
Подразделение Академический колледж Группы С-ТУ-21-1
согласно приказу ректора № 9822 -с от 18.11.2022 года
направляется в ООО "Туристическое агентство "Вокруг света", г. Владивосток
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по специальности 43.02.10 «Туризм» на срок 4 недели с 28.11.2022 года по 24.12.2022 года.

Руководитель практики Ермолович Л.О.

Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ООО "ТА "Вокруг света"	28.11.2022 г	
ООО "ТА "Вокруг света"	24.12.2022 г	