

## Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Дороги Мира».....	4
1.1 История создания и развития предприятия ООО «Дороги Мира».....	4
1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия.....	5
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений.....	6
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	8
2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия.....	10
2.1 Анализ организации обслуживания клиентов.....	10
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	12
4 Система обеспечения безопасности.....	14
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	16
6 Индивидуальное задание.....	33
Заключение.....	35
Список использованных источников.....	35
Приложение А. Памятка туристу от ООО «Дороги Мира».....	37

## Введение

Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время для получения удовольствия и отдыха, в оздоровительных, гостевых, познавательных или профессионально–деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте [1].

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

Целью учебной практики является углубление, дополнение и закрепление теоретических знаний по основным дисциплинам курса, полученных в процессе обучения.

Задачи учебной практики:

- приобретение навыков работы с документами;
- проверка и закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения;
- освоение на практике приемов работы с нормативными материалами (законами, постановлениями, ведомственными актами);
- формирование навыков поведения при работе с правовой информацией;
- выполнение индивидуального задания.

Совместно с руководителем практики был составлен план прохождения практики.

В процессе прохождения практики я научилась применять теоретические знания, полученные в процессе обучения, на практике; ознакомилась с предприятием, его внутренней структурой, работой и способами управления деятельностью работников; ознакомилась с работой сотрудников.

Согласно задачам практики, была составлена программа практики, на основе которой велся дневник.

## 1 Общие сведения о деятельности предприятия

### 1.1 История создания и развития предприятия

Туристский бизнес включает в себя множество взаимосвязанных отраслей, создающих условия для путешествий и отдыха.

К туристскому бизнесу относятся не только непосредственно места размещения – гостиницы, отели, кемпинги и др., но и смежные предприятия, которые оказывают услуги туристам:

- транспортные предприятия;
- турагентства и туроператор;
- общественные и государственные структуры, занимающиеся развитием туризма;
- производители товаров для туристов: турснаряжения, сувениров и т.д.;
- предприятия общепита, ориентированные на обслуживание туристов.

В качестве примера для исследования был выбран туроператор Дороги Мира [2]. Этот туроператор является одним из успешных туроператоров на туристском рынке во Владивостоке.

Дороги Мира – это один из самых активно развивающихся туроператоров в Приморском Крае, получивший широкую известность и завоевавший доверие и высокие оценки туристов. Туристическая компания ООО «Дороги мира» организовалась в октябре 2014 года.

В компании работают настоящие профессионалы, имеющие большой практический опыт в туризме. Дороги Мира, отправляют своих клиентов по любой дороге мира, стараются учесть все пожелания и при этом сделать свою работу качественно, на самом высоком уровне. Все «Дороги мира» открыты для Вас, – Таиланд, Вьетнам, Филиппины, Бали, европейское направление, шопинг в и оздоровление в Китае, групповые бюджетные туры, индивидуальные путешествия.

Туристская фирма «Дороги Мира» имеет множество направлений деятельности, связанной с удовлетворением потребностей туристов, разработки туристических маршрутов, новых туров, которые могли бы привлечь большее количество туристов в данную компанию. В структуре туристических услуг данной турфирмы различают основные и дополнительные, к ним относят:

- экскурсионные, пляжные, горнолыжные, экологические, исторические и природные туры;
- отдых в Азии;

- пляжный отдых на лучших мировых курортах;
- отдых в странах Европы и Америки;
- организация морских круизов;
- детский отдых;
- организация групповых и индивидуальных туров;
- кредитование на туры;
- организация чартерных рейсов;
- визовая поддержка;
- бронирование гостиниц;
- трансфер в/из аэропорта(–ов) по России и за рубежом;
- также компания предоставляет услуги по продаже авиа/жд билетов;
- работа с ведущими авиакомпаниями, предоставление всех скидок и льгот авиакомпаний;
- помощь в подборе маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- бронирование авиабилетов в любую страну мира, на рейсы любых авиакомпаний;
- корпоративное обслуживание организаций;
- продажа железнодорожных билетов;
- страхование пассажиров.

По каждому из направлений туристская фирма разработала свои маршруты. Сотрудничая со многими отелями, ООО «Дороги Мира» может предложить самый комфортабельный отдых для своих клиентов, что несомненно повышает спрос на то или иное направление.

Компания стремится сделать качественный отдых за рубежом доступным каждому. Проявляя чувствительность к потребностям клиентов, компания постоянно расширяет линейку своих предложений и совершенствует туры на уже открытых направлениях.

## 1.2 Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия

Регистрация турфирмы, учредительные документы. Самой распространенной формой юридического лица является общество с ограниченной ответственностью. Выбор данной формы объясняется следующими факторами, определенными Федеральным законом от 8 февраля 1998 г. № 14–ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» [3].

К учредительным документам предприятия относятся:

- устав предприятия (при учреждении предприятия любой формы собственности);

– учредительный договор (если в число учредителей входят два лица и более) или решение учредителя о создании предприятия (если в качестве учредителей выступает одно лицо);

– заявление учредителя или лица, уполномоченного учредителями, для государственной регистрации.

Документы, которые выдает ООО «Дороги Мира» туристу:

- договор о реализации турпродукта;
- маршрутные квитанции авиабилетов;
- ваучер на прохождение в отеле;
- страховой медицинский полис;
- электронная виза (если это требует страна);
- памятка туристу о стране или городе (Приложение А).

Фирменное наименование предприятия: ООО «Дороги Мира», действующее на основании Лицензии РТО 000170 о праве ведения туристической деятельности. Является обществом с ограниченной ответственностью.

Обществом с ограниченной ответственностью (ООО) является учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Обществу необходим устав, так как это – объединение капиталов, а не лиц. Следовательно, участники общества могут не заниматься лично предпринимательством. Для ведения дел общества необходимо создать его органы, наделить их компетенцией, что и определяется уставом.

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью разделен на доли, соответствующие вкладам участников. Он представляет собой денежную оценку вкладов участников, зарегистрированную в учредительных документах. Доли участников являются условными. Они необходимы для того, чтобы пропорционально этим долям определить размер их прибыли. Доли необходимы и при определении размера ликвидационной квоты при ликвидации общества, а также для определения «веса» каждого участника в управлении делами общества [4].

Впрочем, и у ООО существует ряд нюансов, на которые следует обратить особое внимание. Одним из них является невозможность распоряжаться прибылью сразу же. В туризме нередки ситуации, когда деньги нужны немедленно, и в таких случаях в ООО могут

возникнуть сложности, так как доступ к полученным средствам его участники получают только лишь после распределения прибыли, которое происходит максимум раз в квартал.

### 1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Управление туристской структурой представляет собой распределение целей и задач между структурными подразделениями и работниками организации, в том числе наделение их полномочиями на осуществление того или иного направления туристской деятельности или деятельности по обеспечению функционирования организации [5].

Организационная структура управления туризма, так же как в любой другой организации, включает звенья (отделы), уровни (ступени) управления.

#### 1. Линейная организационная структура

Во главе туристской организации находится руководитель, а в его подчинении находятся заместители – руководители линейных подразделений.

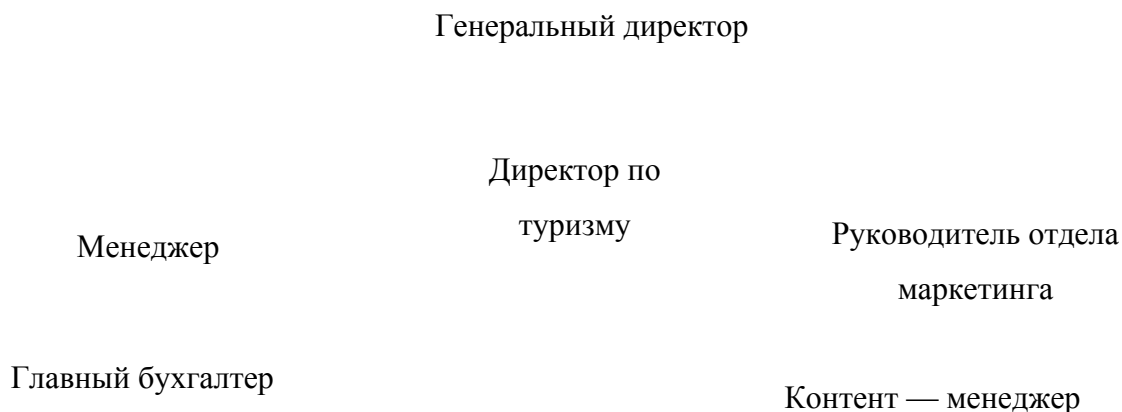
#### 2. Функциональная организационная структура управления.

В основе данной организационной структуры управления находится принцип функционального разделения труда, в соответствии с которым в организации создаются функциональные звенья, наделенные полномочиями и ответственностью за результаты своей функциональной деятельности. К таким функциональным звеньям относят отдел маркетинга, планирования, работы с клиентами и т. д.

#### 3. Линейно–функциональная организационная структура управления.

Использование линейно–функциональных структур управления показывает, что они наиболее эффективны там, где аппарат управления выполняет рутинные, часто повторяющиеся и редко меняющиеся задачи и функции.

В основе управления ООО «Дороги Мира» лежит линейно–функциональная структура управления персоналом (Рисунок 1).



## Рисунок 1 – Организационная структура управления ООО «Дороги Мира»

Организационная структура предприятия ООО «Дороги Мира»:

- генеральный директор. Он решает самостоятельно все вопросы деятельности организации, действует от имени компании, представляет его интересы перед другими фирмами и организациями. Также данное лицо распоряжается в пределах предоставленного ему права имуществом предприятия, заключает договора, в том числе и по найму работников. Он несет в пределах своих полномочий полную ответственность за деятельность организации, обеспечение сохранности товарно–материальных ценностей, денежных средств и другого имущества.

- бухгалтер и два менеджера по туризму находятся в подчинении директора.

- главный бухгалтер турфирмы подчиняется непосредственно генеральному директору.

- менеджеры по туризму непосредственно работают с потенциальными туристами. Осуществляют полное консультирование и продажу туров. Отслеживают процесс реализации туристских услуг. Выступают перед руководством с предложениями, которые позволят повысить лояльность клиентов, их удовлетворенность предоставленными услугами компании, что, в конечном счете, ведет к увеличению прибыли предприятия.

Турфирма «Дороги Мира» имеет несколько городских телефонных линий, ксерокс, наличие компьютеров, принтеров, кондиционер, подключение к локальной сети «Internet». Для удобной работы сотрудников есть в наличии основные канцелярские принадлежности, которые облегчают многие вопросы, связанные с работой с бумагами, оформлением договоров, составлением различных документов.

### 1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Дороги Мира – известная, динамично развивающаяся компания с богатым туроператорским опытом, сплоченным профессиональным коллективом и надежными партнерами. Сегодня Дороги Мира по праву считается ведущей туроператорской компанией во Владивостоке.

Дороги Мира предоставляет комплексные туристические услуги по следующим направлениям: Китай, Юго–Восточная Азия, Европа, туры по России. Так же предоставляют клиентам сервис по бронированию авиабилетов, отелей, и покупке медицинской страховке по всему миру, оформление виз.

Миссия компании – Содействовать развитию туристической индустрии в Приморском крае и в России, предоставляя качественные туристические услуги и удовлетворяя все запросы клиентов по организации отдыха.

Профессиональная команда из настоящих фанатов туризма и профессионалов высокого уровня. Качественный конкурентоспособный продукт, отвечающий современным стандартам международного туристического рынка.

Цель компании – занять лидирующее положение среди туристических компаний Приморского края по уровню обслуживания и спектру предлагаемых услуг.

Туристическая компания «Дороги Мира» может организовать корпоративные выезды с целью проведения конференций (аренда залов, оборудования, организация кофе-брейков) в любые города Китая.

Оздоровительные туры в Китай в такие города как Хуньчунь, Суйфэньхэ, Циндао, Далянь, Аньшань – санаторий Танганцзы (термальные источники, грязи), предгорье Чанбайшань – санаторий Лесной (Мост Долголетия) в Фусуне (радоновые источники).

Оздоровительные туры в Южную Корею – Сеул и Пусан. Лечение в Сингапуре. Шоп-туры в Суйфэньхэ, Яньци.

Организация поездок на выставки в КНР (встреча-проводы в аэропорту на автомобилях от VIP-класса до эконом, бронирование отелей в Китае, предоставление переводчика, регистрация на выставках, организация экскурсионного обслуживания).

Образовательные программы китайскому языку в Университетах г. Пекин, Чанчунь, Яньци, организация профессиональных туров (посещение профильных предприятий, встречи с коллегами из КНР), организация выезда для спортивных команд, танцевальных и творческих коллективов.

Экскурсионные туры в города: Пекин, Шанхай, Гонконг, Харбин, Далянь, Шэньян, Хуньчунь, Чанчунь, Муданьцзян, страны ЕС. Пляжные туры в Китай и всю Юго-Восточную Азию.

Организация приема делегаций в Москве и Санкт-Петербурге. Организация экскурсионного обслуживания по Приморскому краю и городу Владивостоку для детских групп и групп школьников на лицензированных автобусах



## 2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия

### 2.1 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Туристское обслуживание должно удовлетворить комплекс специфических потребностей, в который входят непосредственно путешествие, питание, проживание, лечение, деловые встречи, познавательные экскурсии и т. д. Организация и производство туристского обслуживания предполагают наличие материальной базы, являющейся основным элементом туристского обслуживания и оказывающей большое влияние на уровень его качества.

На качество обслуживания влияет ассортимент предлагаемых услуг. В то же время неограниченное расширение ассортимента нерационально. Сам по себе ассортимент еще не обеспечивает качества. Необходимы, прежде всего, комплексность услуг и товаров и их направленность на конкретного потребителя, а также своевременность их предоставления. Для качества туристского сервиса имеют также значение такие, не поддающиеся прямому измерению характеристики как эстетика, культура труда и поведения, этика и культура речи, имидж предприятия и даже его название.

Обслуживание клиентов имеет одну особенность – здесь не может быть локальных успехов, т.е. достижений на одном, отдельно взятом участке. Эта работа носит тотальный характер – качество обслуживания должно быть высоким на всем цикле обслуживания, любой провал лишает обслуживание его сути качества, клиент может уйти, отказаться от сотрудничества. Вот почему профессионально отобранный и подготовленный персонал по всему циклу обслуживания является гарантом качественной работы с клиентами.

Со стороны руководства компании Дороги Мира уделяется повышенное внимание к сервису обслуживания клиентов не только в момент отдыха, но и во время покупки тура. Дороги Мира постоянно развиваются и растут, расположены в удобной транспортной доступности и отличаются безупречной компетенцией сотрудников.

Технология обслуживания клиентов в турфирме ООО «Дороги Мира» включает в себя:

- прием клиента и установление контакта с ним;
- установление мотивации выбора турпродукта;
- предложение туров;

- оформление правоотношений и расчет с клиентом;
- информационное обеспечение покупателя.

Обслуживание клиента не ограничивается элементами продажи. Накануне путешествия работники фирмы по телефону напоминают туристу о предстоящей поездке.

После окончания тура выясняется мнение туриста о путешествии, определяются негативные моменты и т.д. Все недочеты, зависящие от турфирмы, устраняются, а недочеты, не зависящие от работы турфирмы, принимаются к сведению.

В науке об управлении термин «корпоративная культура» понимается как стиль ведения бизнеса. В российских условиях корпоративная культура компании не могла возникнуть на пустом месте. Туристическая фирма должна просуществовать от трех до пяти лет, чтобы обрести свой стиль ведения бизнеса. Наличие устойчивого круга постоянных клиентов – признак того, что фирма выработала свой стиль. Она определенным образом оформляет свой пакет услуг, строит общение с партнерами и клиентами. Устойчивость фирмы зависит от стиля ведения бизнеса.

Корпоративная культура – это та система ценностей, которая закладывается до наступления момента, когда фирма почувствует себя готовой выйти на потребителя со своим продуктом и начать конкурировать с действующими участниками рынка, рассчитывая на успех.

Успешная работа предприятия сферы туризма зависит от многих факторов. К важному фактору, влияющего на успех туристской фирмы можно отнести такой аспект, как культура предприятия, то есть культура обслуживания, манера общения с клиентами и даже внутренний интерьер предприятия и так далее. По этим принципам строятся социально – психологические отношения в предприятии.

Культура предприятия – это набор ценностей и убеждений, направляющий на определенные действия и поведения людей. Культура предприятия имеет определенную структуру, которая характеризуется в вежливости, понимании клиента, доброжелательности и трепетности к пришедшему туристу, преобладает система скидок всем посетителям. Сильная культура ООО «Дороги Мира» создает преимущества для предприятия, поэтому туристы к ним всегда возвращаются, и становятся постоянными клиентами.

### 3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

В туризме большое значение отводится мероприятиям по продвижению продукта к потребителю. Согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [1]. продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта: реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и т.п. Иными словами, продвижение турпродукта предполагает проведение различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулирование возникновения у них желания его купить.

Продвижение продукта может осуществляться в следующих направлениях:

- рекламная кампания;
- стимулирование сбыта (продаж);
- персональные продажи;
- связи с общественностью.

Особое место среди методов продаж туристских продуктов принадлежит выставкам и ярмаркам. Практика показывает, что до половины туристских путевок крупными операторскими фирмами реализуется на выставках и ярмарках. При продвижении турпродукта операторам необходимо участие в таких мероприятиях, что дает возможность привлечь внимание агентов не только к конкретному продукту, но и к фирме в целом.

Поскольку туроператор часто работает напрямую с клиентами и при этом в большом объеме реализует турпродукт через систему турагенств, меры стимулирования продажи или сбыта могут быть разными, в зависимости от того, на кого они направлены: в адрес непосредственно потенциального туриста – потребителя туристских услуг или в адрес розничных туристских фирм и организаций.

Важная роль в продвижении туристского продукта отводится стимулированию потребителей. Среди задач стимулирования потребителей основными являются: поощрение более интенсивного потребления предлагаемых туров или отдельных услуг, побуждение туристов к приобретению услуг, которыми они ранее не пользовались, привлечение внимания к туристскому предложению тех, кто пользуется услугами конкурентов.

Меры стимулирования планируются на основе общей стратегии маркетинга и выбора наиболее эффективных средств. Как и рекламная деятельность, мероприятия

стимулирования сбыта проводятся в календарные сроки. Этими сроками, как в национальном, так и в международном туризме могут быть периоды активной продажи туристских поездок на следующий год, сроки, совпадающие с крупными туристскими событиями. Стимулирующие меры связаны с определенными расходами, и поэтому их реализация требует составления соответствующих смет. Размер ассигнований чаще всего определяется в процентном исчислении от общего оборота или доходов фирмы. При этом критерием могут служить расходы предыдущих лет [7].

Таким образом, маркетинг туристского обслуживания – это деятельность по реализации туристского продукта, выявление потребностей клиента и удовлетворение их путем предоставления соответствующих услуг.

За время прохождения учебной практики в качестве стимулирования сбыта было осуществлено предоставление информации турагентам по рекламным турам. Данный метод продвижения был выбран для популяризации маршрута и дальнейшего роста объема продаж в конкретном направлении.

Наряду с реализацией мероприятий стимулирования сбыта в туристской фирме ООО «Дороги Мира» постоянно проводится оценка их эффективности. Для этого используются методы опроса туристов, сравнительного анализа объема продажи туристских услуг с объемом их продаж в предыдущие годы.

Компания привлекает свою аудиторию интересными вебинарами, которые проводит довольно часто. Хорошо развит сайт Дороги Мира, где турист может прочитать не только о горячих турах, но и свежие новости туризма. Так же Дороги Мира размещает свою рекламу в печатных изданиях. Но основной технологией продвижения туристского продукта является безупречная работа специалистов, работающих в Дороги Мира.

## 4 Система обеспечения безопасности

Система безопасности туризма является составной частью системы туризма, а также частью общей системы безопасности Российской Федерации. Кроме того, система безопасности туризма в нашей стране замыкается на международную систему безопасности туризма, элементами которой являются системы безопасности туризма различных государств и регионов мира.

В состав системы безопасности туризма входят также отдельные элементы системы экологической безопасности.

Обеспечение экологической безопасности – это деятельность по созданию благоприятной для человека окружающей природной среды, природоохранная деятельность. Обеспечение экологической безопасности связано с охраной окружающей среды. Охрана окружающей природной среды – это сфера деятельности по охране природы (как дикой, нетронутой, так и преобразованной человеком) прежде всего ради ценности самой природы, но и, в частности, как важной основы жизни человека на Земле.

Согласно статье 1 Закона «об окружающей среде» определяет охрану окружающей среды как деятельность органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, общественных и иных некоммерческих объединений, юридических и физических лиц, направленную на сохранение и восстановление природной среды, рациональное использование и воспроизводство природных ресурсов, предотвращение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и ликвидацию его последствий [4].

Система безопасности туризма включает в себя:

- субъекты обеспечения безопасности туризма, включая федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный на координацию деятельности в области безопасности туризма;
- целевые установки и принципы обеспечения безопасности туризма;
- государственную политику в области обеспечения безопасности в сфере туризма;

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

#### Цели системы безопасности туризма:

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

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

#### Основные принципы системы безопасности туризма:

- законность;
- взаимная ответственность подсистем и иных элементов системы туризма по обеспечению безопасности системы туризма;
- культура безопасности туризма;
- системность, комплексность, гибкость, мобильность и повсеместность;
- надежность, непрерывность и необходимая достаточность;
- компетентность и профессионализм;
- взаимодействие с правоохранительными органами и службами по чрезвычайным ситуациям;
- изучение и внедрение положительного опыта обеспечения безопасности;
- интеграция с международными системами безопасности туризма.

Туристские предприятия обязаны ознакомить туристов с элементами риска каждой конкретной туристской услуги и мерами по его предотвращению. Информация, необходимая

для туристов в целях охраны их жизни и здоровья, предоставляется заблаговременно, до начала отдыха и в процессе обслуживания. Информация, обеспечивающая безопасность жизни и здоровья туристов в процессе обслуживания, предоставляется в порядке, установленном действующей нормативной документацией.

## 5 Технология формирования профессиональных компетенций

### ПМ.01 Предоставление туристских услуг

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

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

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

Последние функции требуют пояснения. Термин «реализация» имеет двоякое толкование: а) продажа, б) исполнение. По классической схеме деятельности – туроператор осуществляет только оптовую продажу туристского продукта туристским агентам – оптовикам, которые далее распределяют продукт по районам и регионам и продают через местные туристские агентства. Оптовики именуются *wholesalers*.

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

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

Туроператор несет ответственность перед потребителем туристского продукта. Потребитель именно у него приобретает пакет услуг, в который входят услуги многих различных предприятий. Эта ответственность предусматривает определенные гарантии туроператора (гарантию банка под депозит определенной суммы средств или иное обеспечение, страхование профессиональной ответственности, если таковое возможно по законам лицензирования). В различных странах устанавливается разный уровень обеспечения ответственности, например от 10 до 250 тыс. USD.

#### ПК 1.2 Информировать потребителя о туристских продуктах

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

Информация о туристском продукте в обязательном порядке должна содержать сведения:

- о потребительских свойствах (качестве) туристского продукта – программе пребывания, маршруте и условиях путешествия, включая информацию о средствах размещения, об условиях проживания (месте нахождения средства размещения, его категории) и питания, услугах по перевозке потребителя в стране (месте) временного пребывания, о наличии экскурсовода (гида), гида–переводчика и инструктора–проводника, а также дополнительных услугах;
- об общей цене туристского продукта в рублях, о правилах и условиях эффективного и безопасного использования туристского продукта;
- о конкретном третьем лице, которое будет оказывать отдельные услуги, входящие в туристский продукт, если это имеет значение, исходя из характера туристского продукта;
- о правилах въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, включая сведения о необходимости наличия визы для въезда в страну и (или) выезда из страны временного пребывания;



- об основных документах, необходимых для въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;
- об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной, состоянии окружающей природной среды (в объеме, необходимом для совершения путешествия);
- порядке доступа к туристским ресурсам с учетом принятых в стране (месте) временного пребывания ограничительных мер (в объеме, необходимом для совершения путешествия);
- об опасностях, с которыми потребитель может встретиться при совершении путешествия, о необходимости проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями, если потребитель предполагает совершить путешествие в страну (место) временного пребывания, в которой он может подвергнуться повышенному риску инфекционных заболеваний;
- о возможных рисках и их последствиях для жизни и здоровья потребителя в случае, если потребитель предполагает совершить путешествие, связанное с прохождением маршрутов, представляющих повышенную опасность для его жизни и здоровья (горная и труднопроходимая местность, спелеологические и водные объекты, занятие экстремальными видами туризма и спорта и другие);
- о таможенных, пограничных, медицинских, санитарно–эпидемиологических и иных правилах (в объеме, необходимом для совершения путешествия);
- о месте нахождения, почтовых адресах и номерах контактных телефонов органов государственной власти Российской Федерации, дипломатических представительств и консульских учреждений Российской Федерации, находящихся в стране (месте) временного пребывания, в которые потребитель может обратиться в случае возникновения в стране (месте) временного пребывания чрезвычайных ситуаций или иных обстоятельств, угрожающих безопасности его жизни и здоровья, а также в случаях возникновения опасности причинения вреда имуществу потребителя;
- об адресе (месте пребывания) и номере контактного телефона в стране (месте) временного пребывания руководителя группы несовершеннолетних граждан в случае, если туристский продукт включает в себя организованный выезд группы несовершеннолетних граждан без сопровождения родителей, усыновителей, опекунов или попечителей;
- о национальных и религиозных особенностях страны (места) временного пребывания;
- об иных особенностях путешествия.

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

ПК 1.3 Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта

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

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

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

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

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

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

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

- условия продвижения и реализации турагентом туристского продукта;
- полномочия турагента на совершение сделок с туристами и (или) иными заказчиками от имени туроператора;
- условие, предусматривающее возможность (невозможность) заключения турагентом субагентских договоров;

- порядок взаимодействия туроператора и турагента в случае предъявления им претензий туристов или иных заказчиков по договору о реализации туристского продукта, а также в случае необходимости оказания экстренной помощи туристу;

- условие, предусматривающее возможность осуществления выплат туристам и (или) иным заказчикам страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии в случае заключения договора о реализации туристского продукта между туристом и (или) иным заказчиком и турагентом;

- взаимная ответственность туроператора и турагента, а также ответственность каждой из сторон перед туристом и (или) иным заказчиком за непредставление или представление недостоверной информации о туристском продукте, за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта.

#### ПК 1.4 Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя

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

Стоимость тура складывается из следующих пунктов:

- дорога: трансфер (от вокзала или аэропорта к гостинице и обратно и между пунктами отдыха), стоимость топлива, оплата дорог, парковок, амортизация машины – 20 евро за каждые 100 км (кроме стран, где дороги оплачиваются по участкам дополнительно);

- гостиницы, пансионаты (часто с завтраками);

- услуги гида-водителя.

При этом стоимость тура высчитывается на группу, а потом делится эта стоимость на всех. Тур на заказ с определенным бюджетом:

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

В стоимость тура не входит:

- покупка железнодорожных или авиабилетов;

- стоимость получения виз;

- медицинские страховки;

- стоимость входных билетов в музеи, на корабли, поезда, фуникулеры и т.д.;

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

#### ПК 1.5 Оформлять турпакет

Для того чтобы заказать тур, необходимо заключить договор с турфирмой. После этого менеджер займется бронированием тура. После получения от партнеров подтверждения о бронировании менеджер сразу же свяжется с клиентом. Если тур успешно забронирован, клиент оплачивает тур и получает на руки основной договор и туристскую путевку.

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

Для посещения визовой страны во избежание материальных убытков в случае отказа Консульства страны планируемого пребывания в выдаче визы, рекомендуют заключить «Договор страхования от невыезда» (особенно это касается стран Шенгенской зоны, Великобритании, США, Канады и некоторых других), чтобы деньги клиента в случае не оформления визы вернулись.

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

ПК 1.6 Выполнять работы по оказанию визовой поддержки

Порядок оформления визы:

Прежде всего нужно подготовить и собрать определенный пакет документов.

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

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

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

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

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

#### ПК 1.7 Оформлять документы строгой отчетности

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

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

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

Понятия, применяемые в бланке строгой отчетности:

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

Бланк содержит:

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

– реквизиты турагента, для юридического лица указываются:

полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

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

соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства; для юридического лица: полное и сокращенное наименование, почтовый адрес, ИНН, код по ОКПО юридического лица;

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

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

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

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

Бланк содержит указание на то, что турпутевка является неотъемлемой частью договора о реализации турпродукта с пропусками строк для последующего заполнения даты и номера договора.

На бланке указываются сведения об изготовителе (сокращенное наименование, ИНН, место нахождения), номер заказа и год его выполнения, тираж бланков строгой отчетности.

#### ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК 2.1 Контроль за готовностью группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут

За неделю до отъезда осуществляется проверка готовности группы к выходу на маршрут. Проверяется укомплектованность группы. После чего вся информация передается перевозчику. Если это приграничные поездки то сообщают номер рейса и время. Если же это ж/д или авиа перелет то вся информация указана на билетах, но менеджер должен напомнить туристу.

Любое путешествие для его участников обычно бывает новым (по месту проведения, климатическим условиям, географическим и навигационным особенностям, составу группы), поэтому каждый по-своему и не сразу вписывается в новые условия, даже если имеет достаточно большой опыт. Об этом следует помнить руководителю, особенно в начальной стадии путешествия.

#### ПК 2.2 Инструктаж туристов о правилах поведения на маршруте

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

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

В Программе описывается каждый день пребывания туристов на маршруте. Дается описание основного маршрута по протяженности, рельефу местности и характеру дорог. Указывается распорядок каждого дня маршрута с перечнем туристско–экскурсионных, мероприятий, временем работы различных служб (магазинов, саун, бассейнов, парков и т.д.). Таким образом, программа содержит перечень услуг, приобретаемых туристом.

Услуги, которые включены в комплексное обслуживание и в цену тура, считаются основными услугами, но если турист приобретает еще какую–либо услугу к оплаченному туру, эта услуга становится дополнительной. Дополнительными услугами могут быть доставка фруктов и вина в номер, приобретение билетов на развлекательные мероприятия и др. При разработке программы путешествия обычно планируют два мероприятия в день, например экскурсия, утром (ознакомительное мероприятие) и роликовая дискотека вечером (развлекательное мероприятие).

Туристы могут заказывать групповые и индивидуальные туры. В групповых турах программа сформирована заранее и может изменяться только за счет приобретения дополнительных услуг при сохранении общего времени пребывания на маршруте. Программа индивидуальных туров формируется в соответствии с пожеланиями клиента. Индивидуальные туры, как правило, дороже, чем групповые туры, однако из этого правила могут быть исключения. Например, в индивидуальном туре турист может отказаться от экскурсионной программы, трансфера, питания.

Процесс оформления документов, регламентирующих обслуживание туристов, обычно максимально формализован, так как при разработке маршрута уже были подготовлены соответствующие компьютерные шаблоны, в которые при необходимости вносятся текущие дополнения.

### ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте

В стратегии высококачественного сервиса туристов гигантская роль отводится работе сопровождающего или руководителя туристической группы. Сотрудники во многом определяют имидж турфирмы, обеспечивают качественное выполнение туристского маршрута. Как раз руководителю туристской группы предъявляются, до этого всего, жалобе

туристов, партнеров по организации сервиса. От его деловых, собственных, проф свойств нередко находится в зависимости подходящее решение множества конфликтных обстановок, образующихся на маршруте.

Руководитель туристской группы:

1 Проводит организационное собрание туристской группы.

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

3 Осуществляет контроль за выполнением утвержденной программы и условий обслуживания туристской группы.

4 Оформляет соответствующие документы (ваучер, отчет, пр.).

5 Постоянно находится с туристской группой и оказывает содействие принимающей стороне в проведении организационных мероприятий по приему и обслуживанию туристов.

6 Информировывает туристов:

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

– о правилах ввоза и вывоза из страны имущества, товаров, сувениров, пр.;

– о валютном и таможенном контроле;

– об обычаях местного населения;

– о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры и других объектах туристского показа, находящихся под особой охраной;

– о состоянии окружающей природной среды;

– о санитарно–эпидемиологической обстановке;

– об условиях обеспечения личной безопасности, соблюдения потребительских прав и сохранности имущества туристов;

– о правилах оформления проката легкового транспорта в стране временного пребывания;

– об условиях получения неотложной медицинской помощи.

7 Осуществляет контроль и координацию качества обслуживания туристов принимающей стороной.

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

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



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

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

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

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

14 Осуществляет хранение документов, переданных туристами для организации обслуживания.

15 Организует возвращение туристов на отправную базу.

16 Подготавливает и сдает отчет о туристической поездке руководителю агентства.

Под безопасностью туризма понимаются защищенность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а еще не нанесение вреда при совершении путешествий находящейся вокруг среде, вещественным и духовным ценностям общества, защищенности страны.

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

ПК 2.4 Обеспечивать безопасности туристов на маршруте

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

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

Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) включает:

- информирование туристов об угрозе безопасности в стране (месте) временного пребывания;

- выполнение требований безопасности жизни, здоровья и имущества туристов, содержащихся в договорах о реализации туристского продукта, а также между юридическими лицами и частными предпринимателями, оказывающими туристские услуги;

- страхование жизни и здоровья туристов (экскурсантов) от несчастных случаев, включая прохождение ими маршрутов, представляющих повышенную опасность, страхование имущества и страхование от невыезда;

- обеспечение профилактики заболеваний, в том числе проведение профилактических медицинских прививок;

- оказание помощи туристам при возникновении чрезвычайных ситуаций и несчастных случаев (неотложная медицинская и правовая помощь, предоставление средств связи);

- обеспечение материально–технического состояния объектов туристской индустрии и оказание услуг, гарантирующих безопасность туристов (экскурсантов);

- обеспечение сохранности имущества туристов в стране (месте) временного пребывания (в средствах размещения, во время перевозок туристов и т. д.);

- обеспечение сопровождения туристских групп (караванов) специальными службами;

- защиту персональных данных туристов, охрану их чести и достоинства в стране (месте) временного пребывания;

- обеспечение квалификационной и профессиональной подготовки работников туристской индустрии;

- сертификацию (аттестацию, декларирование соответствия) оборудования объектов туристской индустрии и туристского снаряжения на соответствие заявленным требованиям;

- применение специальных средств индивидуальной защиты туристов (экскурсантов) и системы оповещения в случае возникновения угрозы безопасности;

- оказание помощи пострадавшим туристам (лечение, доставка потерпевших в медицинские учреждения и др.).

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

- соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования;

- сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории, культуры в стране (месте) временного пребывания;

- соблюдать правила въезда в страну (место) временного пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания, а также страны транзитного проезда;

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

ПК 2.5 Контролировать качества обслуживания туристов принимающей стороной  
ГОСТ Р 50681–2001 «Туристско–экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»

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

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

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

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

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

Проектирование контроля качества включает:

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

– определение методов оценки контролируемых характеристик.

#### ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию

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

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

Отчетная документация учреждения состоит из нескольких комплексов документов:

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

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

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

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

Государственная статистическая и ведомственная отчетность составляется на основе утвержденных унифицированных форм и в соответствии с утвержденными нормативными документами, предписывающими порядок их составления и оформления. Внутри учрежденческая отчетность составляется в относительно свободной форме, порядок ее составления и оформления аналогичен другим управленческим документам.

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

В заголовке отчета указывается:

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

– отчетный период.

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

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

### ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

#### ПК 3.1 Оформлять отчетную документацию 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 самостоятельных 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.

#### ПК 3.2 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного турпродукта

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.

#### ПК 3.3 Формировать туристский продукт

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

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

Ценообразование у туроператоров возможно двумя путями:

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

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

#### ПК 3.4 Рассчитывать стоимость турпродукта

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

Размещение туристов. Определяется число дней пребывания и количество ночевки 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:

Полный пансион или трехразовое питание (завтрак, обед и ужин).

Полупансион – двухразовое питание (завтрак + обед или ужин).

Только завтрак.

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

### Расчет себестоимости турпакета и определение цены турпродукта

Цена на туристский продукт определяется методом нормативной калькуляции себестоимости услуг. Калькуляция – это определение стоимости одной единицы услуги (товара).

При калькуляции себестоимости любой услуги важно обосновать калькуляционную единицу, принятую в качестве измерителя уровня затрат, так как потребительские свойства (качество) даже одноименной услуги часто бывают разными. Важно исчислить затраты на производство единицы услуги строго определенной потребительской стоимости.

При определении цены на услуги туризма следует исходить из следующих принципов:

- цена должна возместить туристскому предприятию затраты на производство, реализацию, организацию потребления услуг туризма и обеспечить такой размер прибыли, который позволил бы ему функционировать на принципах самофинансирования;

- цена должна соответствовать спросу на данные услуги, который во многом определяется сезонностью туризма;

- цена должна быть гибкой, то есть обладать маневренностью и динамичностью.

В зависимости от способа их определения статьи калькуляции делятся на прямые затраты, относимые на единицу услуги на основании норм и прямого учета, и косвенные затраты, учитываемые и планируемые в целом по производству и распределяемые по видам услуг на основании того или иного признака.

На практике применяют несколько способов распределения затрат:



- пропорционально весу сырья или выработанной продукции (услуги);
- путем исключения из общей суммы затрат стоимости отдельных продуктов (услуг) по твердой оценке;

- на основе коэффициента, пропорционально установленным нормам затрат и др.

Прибыль, закладываемая в стоимость туристского продукта, устанавливается туристским предприятием в процентах к себестоимости затрат. Размер процента зависит от спроса на данный туристский продукт и может колебаться от 5 до 100% и более.

При заключении договора с турагентами на реализацию своих туров туроператор может исходить из двух позиций.

Туроператор продает турагенту туристский пакет по цене, которую он должен получить с турагента. В этом случае турагент делает надбавку в свою пользу на цену туроператора. Туроператор не вмешивается в размер установления этой надбавки.

В условиях конкуренции на туристском рынке в целях полной продажи турпакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпакет для реализации по твердой фиксированной цене. В этом случае турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпакета.

Цены на определенные виды услуг туризма (экскурсии, фото–услуги и т.п.) могут не входить в стоимость турпакета. Они оплачиваются каждым туристом в отдельности в соответствии с его вкусами, интересами и запросами.

Цена тура на одного человека зависит от количества туродней. Чем продолжительнее тур, тем (при прочих равных условиях) дороже он будет стоить.

Цена тура на одного человека зависит от вида тура: индивидуальный или групповой. Цена индивидуального тура при прочих равных условиях выше, чем цена группового в расчете на одного человека. При групповом туре цена тура на одного человека зависит от численности туристов в группе. Чем больше численность группы, тем ниже стоимость тура в расчете на одного человека.

Цена тура зависит от возрастного состава туристов, так как на многие услуги (проживание в гостинице, экскурсии) детям и школьникам предоставляются скидки с цены. Обычно детям до 7 лет – скидка 50%, школьникам – 40%.

При определении конкретной цены тура необходимо учесть следующие факторы.

Внешние факторы:

- состояние покупательского спроса;
- платежеспособность покупателей, их интересы, привычки, вкусы;
- поведение конкурентов;
- экономическая политика государства и др.

Внутренние факторы:

- увеличение прибыли от реализации туристского продукта;
- заинтересованность туроператора и турагента в увеличении своей доли на рынке;
- стремление избежать банкротства;
- желание поднять престиж туристского предприятия.

В современных условиях рыночных отношений сильным регулятором цен является сам рынок, где цена определяется в результате сочетания спроса и предложения. Для упрощения расчета цены разрабатываемого туристского маршрута пользуются методом «затраты плюс прибыль». Окончательное решение по установлению цены на конкретный тур принимает руководство фирмы.

## Заключение

В процессе прохождения практики были закреплены и углублены знания, полученные на лекционных и лабораторно – практических занятиях. Для примера исследования было выбрано предприятие ООО «Дороги Мира».

Прохождение практики является важным элементом при подготовке будущего специалиста. Практика дает возможность студенту применить полученные в процессе обучения знания, умения и навыки на практике. Во время прохождения практики была востребована основная часть знаний, полученных мной на занятиях.

Практика помогла мне понять, как много зависит от грамотно созданной системы управления на предприятии – начиная от правильно подобранных кадров и заканчивая эффективной работой с информацией. Для руководителя предприятия очень важно

разработать подходящую систему управления персоналом, научиться стимулировать сотрудников.

Немаловажное значение для работы предприятия имеет маркетинг. В настоящее время, когда практически все ниши рынков уже заняты и в каждой из них имеются свои лидеры, очень сложно пробиться в одну из них и завоевать место. От правильной ценовой политики и степени мотивации персонала зависит очень много.

Проанализировав деятельность фирмы, можно сделать вывод, что данная организация является конкурентоспособной и занимает достойную нишу среди туристических предприятий. Залогом успешной деятельности туристической компании «Дороги Мира» является профессиональное управление деятельностью, опыт сотрудников, применение руководителем демократического стиля управления, доброжелательность и лояльность к клиентам.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 года №132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (посл. ред. от 01.04.2020) //СПС «Консультант плюс». – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (дата обращения 16.03.2022).

2 ООО «Дороги Мира» [сайт]. – URL: [http://dorogi-mira.ru/tour\\_list.php?tt=5](http://dorogi-mira.ru/tour_list.php?tt=5) (дата обращения: 17.03.2022).

3 Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. № 14–ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

–

URL:

[https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99\\_902143722\\_ZA01OCC3B0#ZA01OCC3B0](https://www.glavbukh.ru/npd/edoc/99_902143722_ZA01OCC3B0#ZA01OCC3B0) (дата обращения: 18.03.2022).

4 Закон РСФСР «Об охране окружающей природной среды». Действующим с 2002 г. – URL: <https://ru-ecology.info/term/19959/> (дата обращения: 19.03.2022).

5 Феденева, И. Н. Организация туристской индустрии: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 205 с.

6 Биржаков М.Б. Введение в туризм: учебник для вузов / М.Б. Биржаков. – 7-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Невский Фонд: Герда, 2016 г. – 448 с.

7 Богалдин–Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально культурного сервиса: туристические, гостинично–ресторанные и развлекательные комплексы: учебное пособие / В.В. Богалдин–Малых. – М.; Воронеж: МПСИ: НПО «МОДЭК», 2015 г. – 560 с.

## Приложение А

### Памятка туристу от ООО «Дороги Мира»



 **Документы и деньги**

**До отъезда:**

- сделать ксерокопии документов
- узнать адрес и телефон ближайшего посольства или консульства Российской Федерации
- выяснить таможенные правила страны
- проверить какие пластиковые карты принимаются в этой стране

**В поездке:**

- во время прогулки иметь с собой страховочный документ, карточку отеля (ваучер) и ксерокопию паспорта
- при утере документов необходимо получить свидетельство на возвращение, действительное в течение 15 дней

 **Личная безопасность**

- сообщить родственникам о своей поездке, месте пребывания, оставить номера телефонов
- позаботиться о туристической страховке и страховке багажа
- не рассказывать лишнего попутчикам
- не пользоваться частным такси
- не оставлять детей без присмотра
- не употреблять алкоголь с малознакомыми людьми
- ключи от номера оставлять на стойке при каждом выходе из отеля
- иметь при себе карточку гостя (либо ваучер, браслет и т.д.), которая является пропуском в отель и путеводителем для таксиста

 **Аптечка**

- лейкопластырь
- йод ( в карандаше)
- фестал, но-шпа, смекта
- болеутоляющее (на выбор)
- антигистамин (от аллергии: эриус, зиртек и т.п.)
- бонин ( меклозин – иностранное название) от укачивания
- порошки от простуды (тера флю, фервекс)
- средства для загара
- пантенол

 **Здоровье**

- при разнице во времени более 4-5 часов, постарайтесь прилететь на место отдыха ночью
- после возвращения из отпуска оставьте 2-3 дня на адаптацию
- пить только бутилированную воду
- с осторожностью относится к местной кухне
- избегать ночных купаний в море

 **Интересно**

- чаевые – форма оплаты за услуги (обычно 10% к размеру счета)
- в мусульманских странах действуют законы шариата
- нельзя заходить в обуви в японский дом или храм
- нельзя неправильно произносить имя принимающего Вас китайца
- арабам лучше не дарить спиртное
- нельзя ставить палочки вертикально в чашке с рисом в Китае и Японии

Рисунок А.1 – Памятка туристу от ООО «Дороги Мира»