

Содержание

Введение.....	3
1 Общие сведения о деятельности турагентства АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	4
1.1 История создания и развития турагентства АО «Приморское агентство авиационных компаний».....	4
1.2 Учредительные документы, организационно-правовая форма и форма собственности предприятия.....	6
1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений в «БИЛЕТУР».....	7
1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия.....	9
1.5 Перспективы развития предприятия.....	10
2 Организационно-технологические аспекты деятельности.....	11
2.1 Анализ деятельности предприятия.....	11
2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия.....	12
2.3 Информационные технологии предприятия.....	12
3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта.....	14
4 Система обеспечения безопасности.....	17
5 Технология формирования профессиональных компетенций.....	18
6 Индивидуальное задание.....	24
Заключение.....	30
Список использованных источников.....	31
Приложение А. Логотип Всероссийской сети «Билетур»	32
Приложение Б. Сайт турагентства «Билетур».....	33
Приложение В. Рекламное объявление АО «Приморское агентство авиационных компаний» в официальном Инстаграм–аккаунте предприятия, 2023 год.....	34
Приложение Г. Телеграм-канал АО «Приморское агентство авиационных компаний», 2023 год.....	35

Введение

Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [1]. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, то есть выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития. Производственная практика проходила на предприятии «БИЛЕТУР» АО «Приморское агентство авиационных компаний» с 22.06.2023 г. по 28.06.2023 г.

Целью практики является: сбор материалов, приобретение практических навыков самостоятельной работы основных функциональных подразделениях организации (предприятия) туристического сервиса и изучение его работы; изучение и анализ деятельности турагентства АО «Приморское агентство авиационных компаний».

Основные задачи:

- инструктаж по технике безопасности: ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ на предприятии, общее ознакомление с процессами работ на данном предприятии;
- осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников;
- осуществление бронирования с использованием современной офисной техники;
- использование приемов эффективного общения и соблюдение культуры межличностных отношений;
- планирование программ турпоездок, составление программ тура и турпакета;
- составление и анализ базы данных по туристским продуктам и их характеристикам;
- приобретение практических навыков по обслуживанию клиентов туристских предприятий.

При написании отчета по производственной практике были использованы следующие виды источников информации: статистические сборники, периодические источники, учебные материалы, а также практические методы, методы статистической обработки данных.

1 Общие сведения о деятельности турагентства АО «Приморское агентство авиационных компаний»

1.1 История создания и развития турагентства АО «Приморское агентство авиационных компаний»

АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «БИЛЕТУР») – лидер рынка Дальнего Востока по продаже авиабилетов и туристических услуг.

Местонахождение: ул. Адмирала Фокина, 24В, Владивосток, Приморский край, 690091.

Часы работы: понедельник – пятница 10:00–19:00, суббота и воскресенье – выходные.

История Владивостокского аэроагентства началась летом 1948 года, когда во Владивостоке открылась первая касса Аэрофлота по адресу Пограничная, 7. Это было помещение железнодорожных касс по предварительной продаже билетов.

Первым начальником касс агентства Аэрофлота и одновременно кассиром была Синегуб Людмила Петровна, первыми кассирами – Леурда Светлана Семеновна, Дудкина Нина Викторовна и Петрунина Анна Мартыновна.

В январе 1964 года работу агентства Аэрофлота возглавила Гришина Галина Антоновна, оставившая яркий след в истории развития агентства благодаря своим деловым и организаторским способностям. Стремительный рост спроса на авиабилеты опережал технические возможности аэроагентства. В те годы билеты оформлялись вручную.

В 1974 году, благодаря Гришиной Г.А., Владивосток вошел в число первых двадцати городов, внедривших у себя пульт-манипулятор автоматизированной системы продажи билетов «Сирена-1». С его помощью можно было брать места на рейсы, вылетающие из Москвы. Время передачи сообщений составляло 25 секунд.

С 1976 года с помощью арендованных телефонных каналов была установлена связь с Уссурийском, Находкой и аэропортом. Это позволило 35 абонентам связываться с диспетчерами группы комплектования рейсов в ручном режиме.

С 1979 года агентство возглавил Перепелица Анатолий Виленович. В 1984 году были внедрены пульта системы «Сирена-2». Это позволило брать места уже с трех городов, а со временем число таких городов увеличилось до 76.

В 1988 году Владивосток стал открытым городом. Люди стали больше летать, и не только внутри страны, но и за ее пределы. Чтобы продавать билеты на международные рейсы в 1990 году была введена система «Габриэль».

С 1989 по 1990 год обязанности начальника агентства исполняла Сергиенко Анна Григорьевна.

После политических и социальных перемен в нашем обществе начались значительные изменения и в экономической сфере. С появлением новых форм собственности Аэрофлот перестал быть монополистом на отечественном рынке авиаперевозок.

У руководства агентства был проект строительства большого здания в районе Второй Речки. Но переход к рынку показал, что предприятие не осилит строительство.

В это время главный вычислительный центр гражданской авиации разработал систему бронирования и продажи авиабилетов «Сирена-2М», с применением персональных компьютеров, не требующую дополнительных площадей.

Новая, модернизированная система работает в автоматическом режиме, полностью осуществляет контроль и управление, улучшает качество обслуживания клиента и взаимодействие с перевозчиками. Приморское Аэроагентство было одним из первых предприятий, которое ввело у себя эту систему в 1992 году. Сегодня «Сирена-2М» введена уже по всей стране.

Продажа авиабилетов в агентстве организована как на внутренних авиалиниях, так и на международных. Из Владивостока напрямую ходят рейсы до Ниигаты, Тоямы, Осаки, Шанхая, Сеула, Пусана, Харбина, причем совершаемые как отечественными, так и зарубежными компаниями. Билет здесь можно купить в любую точку мира: в страны Юго-Восточной Азии, Ближнего Востока, Европы, Америки и других.

Перемены в стране заставили руководство агентства пойти на самостоятельность. Раньше агентство являлось структурным подразделением Владивосток-АВИА. В июне 1995 года «Приморское агентство авиационных компаний» акционировалось. 6 июня состоялось первое собрание учредителей ОАО «Приморское аэроагентство», 19 июня 1995 года Предприятие было зарегистрировано как юридическое лицо, а 1 июля 1995 года стал первым днем самостоятельной работы акционерного общества.

С этого момента «открылось второе дыхание» аэроагентства, начался бурный рост компании. В июле 1995 года предприятие вошло в ТКП – транспортно-клиринговую палату, куда входят более 300 авиакомпаний России.

В сентябре 1996 года Приморское аэроагентство получило статус Аккредитованного агентства в Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) со штаб-квартирой в Монреале.

Ее состав насчитывает 200 авиакомпаний и 7200 агентств, действующих во многих странах мира. Совместное сотрудничество – гарант четкого взаимодействия агентств, перевозчиков и аэропортов [2].

Первая награда была получена в 2000 году «Лучшему авиационному агентству по продаже перевозок в 2000 году – представителю Владавиа на Камчатке. Затем на протяжении

всей истории компания получала от 1 до 5 наград в год. Последняя награда компанией была получена в 2019 году – Лидер продаж Smart Ticketing в РФ [3].

В декабре 2020 года агентство было отмечено Федеральным агентством по туризму благодарностью [4].

Сегодня БИЛЕТУР – это Всероссийская сеть, насчитывающая более 50 филиалов по всей России: Москва, Санкт-Петербург, Приморский и Хабаровский край, Еврейская Автономная область, Сахалин и Камчатка [5].

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

9 апреля 1997 года ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» получило лицензию на международную туристскую деятельность.

Генеральный директор: Солодовникова Наталья Николаевна (на основании Устава).

Предприятие имеет филиалы по Владивостоку, а именно: Ивановская ул., 19, ул. Русская, 59, ул. Тигровая, 20а, проспект 100-летия Владивостока, 35, проспект 100-летия Владивостока, 90, ул. Интернациональная, 51. Головной офис находится по адресу ул. Адмирала Фокина, 24В.

Реквизиты предприятия:

- ОГР: 1022502275399;
- ИНН: 2540039013;
- КПП: 254001001;

Уставный капитал: 572 458 руб.

Учредительные документы предприятия:

- устав АО «Приморское агентство авиационных компаний»;
- учредительский договор;
- ИНН[6].

АО «Приморское агентство авиационных компаний» (Всероссийская сеть «Билетур») является членом следующих организаций:

- IATA (Международная ассоциация воздушного транспорта) (Аккредитация Москва и Владивосток);
- ТКП (Транспортная Клиринговая Палата) (Аккредитация Москва и Владивосток);
- ААВТ (Ассоциация агентств воздушного транспорта);
- Ассоциация «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ»;
- Единый Федеральный Реестр ТУРОПЕРАТОРОВ России;
- Участник Общероссийского Генерального реестра туристических агентств (Номер

сертификата МВ100395);

– Участник Общероссийского Единого реестра турагентов Ассоциации «Турпомощь» (реестровый номер 1642)

Документы для внутреннего пользования:

- перечень предоставляемых услуг;
- устав предприятия;
- журнал по технике безопасности труда и пожарной безопасности;
- схема эвакуации при пожаре;
- штатное расписание;
- книга отзывов и предложений;
- журнал проверок контролирующими инстанциями;
- должностные инструкции персонала.

Организационно-правовая форма и форма собственности предприятия «Билетур» является акционерное общество (АО).

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений в «БИЛЕТУР»

Качество обслуживания клиентов напрямую зависит от грамотно выстроенной организационной структуры управления отелем. Попытки свести количество персонала к минимуму, чтобы оптимизировать расходы, могут привести к ухудшению сервиса, потере репутации и прибыли.

Организационная структура управления – это совокупность управленческих связей между управляющей и управляемой подсистемами системы управления, характеризующая состав и информационные взаимосвязи, как отдельных исполнителей, так и самостоятельных подразделений, находящихся в последовательной соподчиненности и наделенных конкретными правами.

Для достижения стратегических целей структуру управления выбирают в зависимости от того, какое направление деятельности организации является наиболее значимым.

Данная организация является достаточно известной на рынке туризма Приморского края и в целом России. Линейно-функциональная структура организации в данном случае является наиболее приемлемой формой управления. В соответствии с данной структурой строится подчиненность одного подразделения другому. И выстраиваются отношения между сотрудниками. На данном предприятии иерархия подчиненности в основном представлена в переходе управления от директоров к менеджерам или от директора к его заместителям.

Ведущую роль в структуре управления «Билетура» играет директор всей сети филиалов. На рисунке 1 представлена организационная структура предприятия «Билетур».



Рисунок 1 – Организационная структура предприятия «Билетур», 2023г.

Организационная структура АО «Приморское агентство авиационных компаний» является линейно-функциональной.

Генеральный директор АО «Приморское агентство авиационных компаний» работает с главным бухгалтером, исполнительным директором, директором по юридическим вопросам, директором департамента информационных технологий.

В компании «Билетур» очень правильная кадровая политика. Все основные сотрудники компании имеют высшее профильное образование, и немалый опыт работы по своей специальности, что говорит о высоком качестве обслуживания туристов данной компанией. К функциям отдела по работе с клиентами относятся:

- работа с клиентами;
- прием заявок у клиентов;
- проработка плана индивидуального тура;
- связь с операторами и средствами размещения;
- бронирование туров;
- оформление виз, страховок.

Менеджер службы приёма и размещения руководит деятельностью этой службы, решает конфликтные ситуации, которые возникают между персоналом или с клиентами. Администратор отвечает за проверку документов клиентов, оформляет гостя при заселении или при выселении, предоставляет номера, работает с жалобами клиентов, а также снабжает гостей необходимой информацией.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

Основные задачи деятельности АО «Приморское агентство авиационных компаний»: продажа авиа и ж/д билетов и туристические услуги. Для этого компания использует классические инструменты продвижения. В первую очередь компания создает привлекательный имидж.

Туристические услуги, оказываемые предприятием АО «Приморское агентство авиационных компаний»:

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

- отдых в Азии;

- отдых на лучших пляжах мира;

- отдых в странах Европы и Америки;

- организация морских круизов;

- детский отдых;

- организация групповых, индивидуальных, корпоративных, спортивных и VIP туров;

- кредитование на туры;

- организация чартерных рейсов;

- визовая поддержка;

- бронирование гостиниц;

- трансфер в/из аэропорт(-ов) по России и за рубежом;

- аренда [7].

Продажа авиа и ж/д 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;

- система «купи билет в одном филиале, а заведи в другом»;

- обмен и возврат авиабилетов, приобретенных в филиалах «Билетур» возможен в любом филиале, независимо от места его нахождения;

- авиабилеты в кредит;

- страхование пассажиров;

- онлайн бронирование;

- круглосуточная поддержка контактного центра [8].

1.5 Перспективы развития предприятия

В настоящее время все туристические организации России переживают сложные времена. В ближайшее время компания АО «Приморское агентство авиационных компаний» планирует постепенно расширять свою деятельность на страны, которые выходят из карантина COVID-19, и в которые есть возможность долететь.

Кроме этого, компания намерена расширять дополнительные услуги организуя новые туры по Приморскому краю, привлекая туристов со всей России.

Целью деятельности турагентства «Билетур» в условиях рыночной экономики в конечном счете является получение прибыли, способной обеспечить ее дальнейшее развитие. Прибыльность рассматривается не только как основная цель, но и как главное условие деловой активности предприятия, как результат его деятельности, эффективного осуществления своих функций по обеспечению потребителей необходимыми товарами в соответствии с имеющимся спросом на них.

За годы работы АО «Приморское агентство авиационных компаний» приобрело немало постоянных клиентов и партнеров, а многие турфирмы предпочитают работать именно с данным турагентством прежде всего потому, что фирму отличает надежность, высокое качество работы и уважение к своим потребителям.

Таким образом, АО «Приморское агентство авиационных компаний» является крупнейшим и старейшим агентством в области туризма в Приморском крае. Предприятие оказывает широкий спектр услуг, предлагает продажу как авиа и ж/д билетов, так и уникальные туристические продукты. Предприятие создано в форме акционерного общества.

2 Организационно-технологические аспекты деятельности

2.1 Анализ деятельности предприятия

Виды деятельности и оказываемые услуги:

- туроператор по Испании, Италии. Всероссийская сеть БИЛЕТУР аккредитована в генеральных консульствах этих стран, что позволяет оформлять визы в короткие сроки и по привлекательной цене;
- туроператор по Юго-Восточной Азии (Китай, Южная Корея, Япония, Таиланд, Вьетнам, Гонконг, Сайпан, Сингапур, Филиппины, Индия, Индонезия, Малайзия и многие другие страны);
- туроператор на Камчатке (экологические туры, сплав, рыбалка, охота, восхождения и другие);
- туроператор в Приморье (исторические, природные туры);
- организация чартерных рейсов;
- турагент в страны Европы, Азии и Америки (VIP-туры, морские курорты, экскурсионные туры, отдых, учеба, каникулы и прочее);
- визовая поддержка;
- аренда такси;
- доставка пассажиров из/в аэропортов по России и за рубежом;
- бронирование гостиниц в городах России и за рубежом;
- аренда вертолета;
- аренда катеров, яхт;
- аренда автобусов и микроавтобусов (Владивосток и Приморье).
- подбор оптимального маршрута и тарифа при покупке авиабилета;
- бронирование и продажа авиабилетов в любую страну мира на рейсы любых авиакомпаний. Предоставляются все скидки и льготы авиакомпаний;
- транзитные перевозки через Сеул, Харбин, Лондон, Амстердам, Франкфурт, города России, страны СНГ, Америки, Азии, Европы;
- корпоративное обслуживание организаций;
- оформление групповых перевозок;
- продажа железнодорожных билетов;
- единая справочная служба;
- единая служба бронирования авиабилетов;
- возможность возврата, обмена, получения авиационных и железнодорожных билетов, оплаченных в кассе Агентства, в городах: Москва, Санкт-Петербург, Воронеж,

Владивосток, Хабаровск, Благовещенск, Комсомольск-на-Амуре, Петропавловск-Камчатский, Южно-Сахалинск и в других точках продажи;

- заказ билетов по телефону и в Интернете;
- доставка авиабилетов по организациям;
- продажа билетов в кредит;
- возможна любая форма оплаты. Принимаем кредитные карты.

2.2 Анализ организации обслуживания клиентов на предприятии. Культура предприятия

Современные технологии и квалифицированные специалисты «Билетур» оказывают клиентам услуги по продаже авиа и железнодорожных перевозок, туристических услуг, страхованию пассажиров, оформлению виз и прочих услуг, связанных с организацией поездок.

Клиентов предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» обслуживают в офисе, по телефону, через Whatsapp. Последний позволяет оформлять документы для клиентов дистанционно, что существенно ускоряет процесс организации туров для клиентов.

Чистота в офисе создает атмосферу уважения и ответственности по отношению к своим клиентам. Аккуратность пространства делает офис «Билетур» визуально привлекательнее.

С любым посетителем офиса сотрудники АО «Приморское агентство авиационных компаний» ведут себя уважительно и приветливо. Обслуживание клиентов происходит быстро так, что практически нет очередей. Не возникает ситуаций, когда клиент находится в офисе один. Обращаясь к АО «Приморское агентство авиационных компаний», клиенту в первую очередь объясняют какие услуги он приобретает и как ими воспользоваться, а также гарантии и обязательства агентства, и свои права. Внимательный и чуткий персонал всегда посоветуют, как лучше спланировать свой отпуск [9].

2.3 Информационные технологии предприятия

В наши дни повсеместной компьютеризации и информатизации все туристические компании и агентства, предприятия и фирмы за рубежом и подавляющее большинство в России используют в качестве рабочего источника информации международную компьютерную сеть Интернет. И компания «Билетур» не стала исключением.

Для построения своих единых информационных хранилищ Всероссийская сеть «Билетур» использует продукты компаний «Мегатек» и «САМО-Софт». Также у туроператора существует система бронирования ресурсов через Интернет, заявки вводит не

туроператор, а агентство самостоятельно осуществляет бронирование. Офис «Билетур» полностью оснащён современной оргтехникой, это необходимо для быстрой и качественной работы турфирмы. Основными средствами автоматизации офиса «Билетур» являются 5 персональных компьютеров, объединенных в локальную сеть и подключенных к сети Интернет. Компания «Билетур» имеет свой сайт www.biletur.ru, также клиенты компании могут связаться с нужным менеджером по ICQ или отправить письмо по электронной почте.

Сотрудники компании совместно используют не только оборудование, но и информацию. Разные группы сотрудников могут работать одновременно над одним файлом. Другие документы в это же самое время могут печататься или переводиться, могут быть направлены для одобрения другим специалистам компании. Тем самым документооборот из бумажного превращается в электронный.

Одним из основных направлений применения информационных технологий на данном предприятии является внедрение мультимедийных технологий. АО «Приморское агентство авиационных компаний» предоставляет туристам демонстрацию презентации и видеоматериалов, которые дают возможность туристам осмотреть ключевые интересные им объекты (музеи, достопримечательности) вплоть до реального их посещения.

Также ключевую роль в предприятии играет применение глобальной сети Интернет и систем бронирования. Сведения в Интернете доступна компании 24 часа в сутки и 7 дней в неделю. Присутствие возможности реализации электронных коммуникаций с помощью сервисов сети Интернет является необходимостью. Данное гарантируется присутствием подсоединения к сети Интернет, браузеров, программ IP-телефонии, применением электронной почты. На компьютерах абсолютно всех сотрудников установлена почтовая программа и программное обеспечение «Skype» или «ICQ», которые устанавливают взаимосвязь среди менеджеров и дает возможность отправлять требуемые сведения партнерам в других предприятиях туристской индустрии по всему миру.

Таким образом «Билетур» регулярно производит поэтапную модернизацию компьютеров, использует преимущества компьютерных технологий, уверенно и успешно работает сегодня, закладывая фундамент завтрашнего процветания.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение туристского продукта – это комплекс мер, направленных на его реализацию, в том числе реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, публикация каталогов, брошюр и так далее.

Основа успешных продаж в туризме – это речь грамотная, четкая, вдохновенная.

Менеджер турагентства – это лицо компании, а потому опрятный вид, доброжелательность и улыбка должны быть вашими постоянными спутниками. Первый контакт должен проходить максимально доброжелательно, но при этом не наигранно и ненавязчиво.

Из эмоций складывается важная система взаимодействия человека с другими людьми. Эмоции имеют решающее значение, ведь вялая речь обычно вызывает апатию, а чрезмерное проявление эмоций – недоверие.

Во время презентации отеля или страны менеджер турагентства проявляет позитивное отношение. Если у покупателя остались приятные впечатления от общения с менеджером, то именно эти эмоции будут мотивировать его на покупку. Хорошие истории из жизни могут способствовать успеху в продажах. Благодаря истории турист составит быстрое и устойчивое мнение о том, что вы профессионал, и ваше предложение заманчивое, так возникает доверие.

Когда клиент соглашается на предложение, помните, что очень важно контролировать проявление радости. Иначе турист может подумать, что его обманывают и что он мог бы еще, например, поторговаться. Неуправляемое проявление эмоций характерно для молодых и неопытных специалистов по продаже.

Также менеджеры не забывают о новинках. Новшества привлекают внимание потребителей.

Залог успеха – самобытность. В этом случае можно рассчитывать на то, что сами клиенты будут дальше рассказывать эту историю среди своих знакомых.

Туристы хотят персонального подхода, особенно VIP-клиенты. Будьте вежливыми и внимательными, предлагают чай, кофе, воду. Турагент хранит все тайны своего клиента в том числе его персональные данные в обезличенном виде. Специалисты каждый раз спрашивают о потребностях и желаниях клиентов

Не спешат показывать клиенту максимально возможную скидку. Для начала определяют сегмент путешествия от эконома до премиума класса.

Особенности технологии продаж в туризме – склонить клиента к выбору.

Если турагентство в чем-то провинилось, оно всегда признает ошибку. Так они

показывают клиенту, что всегда готовы отвечать за свои действия, и уверяют его в том, что это больше не повторится.

Агенты стараются избегать односложных ответов, говорят развернуто, не делая пауз, коротко и по существу, стараются подстроиться под темп речи собеседника.

Они рассматривают каждый звонок как инвестицию в создание бренда по обслуживанию клиентов, они как расходы, которые нужно минимизировать.

После того как все вопросы с выбором направления, курорта, отеля решены, договор с туристом подписан, заявка подтверждена, они не забывают своевременно сообщить туристу об:

- изменениях, которые могли произойти в составе услуг с начала путешествия;
- заявлениях уполномоченных официальных органов власти по ситуации в стране, безопасности;
- правилах поведения в аэропорту, на таможне, паспортном контроле, о встрече в аэропорту прилета и вылета, о стране пребывания, культуре поведения, законах, климате и прочее.

Также знакомят туриста с памяткой туроператора, правилами личной гигиены и безопасности.

В свободное время менеджеры турагентства звонят туристу после его возвращения из поездки, спрашивают о его делах и о том, как он провел отпуск.

Турагент всегда предупреждает туриста о том, что он выбрал тур с чартерной перевозкой и изменение времени вылета, хоть и не является нормой, все равно же случается. И как альтернативу они могут просчитать тур с регулярным рейсом и заострить внимание на том, что он тоже переносится и задерживается. Тогда в случае переноса рейса они со спокойной совестью могут сообщить об этом клиенту, и он их правильно поймет.

Но в первую очередь компания создает привлекательный имидж.

К основным имиджевым составляющим турагентства можно отнести две вещи:

- 1) Логотип компании, как элемент внешнего имиджа предприятия;
- 2) Корпоративную культуру и ценности – как элемент внутреннего имиджа предприятия.

Логотип предприятия представлен в Приложении А.

Для поддержания имиджа у агентства разработан сайт (Приложение Б).

Если раньше активной площадкой для рекламы были Facebook и Инстаграм, то теперь в данном направлении компания работает существенно меньше (в силу запрета использования), но продолжает предлагать своим клиентам поездки.

В Приложении В представлено рекламное объявление компании.

Кроме Инстаграм – аккаунта у компании есть Телеграм – канал (Приложение Г).

Компания также активно участвует в выставках, с направленностью «Туризма».

Так в выставке PITE 2022 приняло участие 300 российских и зарубежных компаний. За три дня работы выставку и состоявшийся на Набережной ДВФУ Дальневосточный фестиваль «День путешественника» посетило более 43 тысяч человек [10].

Таким образом, вопросами продвижения в компании АО «Приморское агентство авиационных компаний» занимается маркетолог, который выстраивает взаимосвязь с клиентами из различных городов. У предприятия есть активные группы в Whatsapp, Telegram, аккаунт в Instagram, сайт. Компания имеет собственную бонусную программу, предоставляет все бонусы от авиакомпаний, является активным участником общественной деятельности, участвует в международных выставках.

4 Система обеспечения безопасности

На предприятии АО «Приморское агентство авиационных компаний» для осуществления безопасности самого предприятия, кадров, имущества и клиентов представлен полный комплекс защиты:

- охрана офиса посредством найма охранного агентства;
- информационная безопасность обеспечивается высоким уровнем защищенности доступа в Интернет, к почте, к счетам фирмы;
- финансовая безопасность определяется высокими показателями деятельности;
- кадровая безопасность определяется защитой сотрудников в процессе выезда, страхованием;
- безопасность клиентов формируется посредством инструктажей, страхования.

Требования к безопасности обслуживания для конкретных видов туристских услуг устанавливаются нормативной документацией на соответствующие виды услуг: государственными стандартами, Правилами, Уставами, Кодексами и другими.

АО «Приморское агентство авиационных компаний» в обязательном порядке знакомит своих 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.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов

ПК 2.1 Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут

Руководитель туристской группы турагентства «Билетур» 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:

- приходит в офис фирмы за получением пакета документов не позднее 17:00 за день до выезда;
- проверяет комплектность документов для туристической поездки и правильность их оформления;

Также руководитель туристской группы ознакомливает туристов 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 других);
- адресами и телефонами посольства, консульства или представительств России, ассистента страховой компании, полиции, ближайшего госпиталя, принимающей фирмы.

Руководитель туристской группы обязательно получает:

- проездные групповые и индивидуальные документы;
- 4 визированных списка (если список на авиа или ж/д переход или разные переходы на заход и выход, то 5 визированных списков);
- 4 ксерокопии списка;
- 1 пачка с ксерокопиями паспортов туристов;
- приглашение;
- доверенность руководителя;
- лист посадки туристов с телефонами и адресам;
- телефоны принимающей компании;
- данные о таможенных и фискальных формальностях при прохождении границы;
- данные о транспорте (график, номер рейса, время отправления, пункты пропуска через границу РФ, наименование пунктов назначения) в период прохождения маршрута;

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

– акт по оформлению страхового случая;

– необходимый набор медикаментов для оказания первой медицинской помощи.

При посадке в автобус руководитель представляется сам и напоминает туристам, с какой фирмой они едут.

Также во время посадки туристов в автобус он проверяет наличие документов:

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

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

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

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

ПК 2.2 Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте

Экскурсовод (руководитель) туристской группы предприятия «Билетур» обязательно ознакомливает всех участников с инструкцией по обеспечению безопасности на экскурсионных маршрутах и требует их неукоснительного выполнения. В инструктаже экскурсионного маршрута подробно описано что обязаны делать туристы и РТГ, на что имеют право и что запрещается. Также что должен делать РТГ перед началом поездки, во время неё и в промежуточных пунктах путешествия. Основная обязанность туриста – соблюдение техники безопасности, запрещается употребление алкогольных и наркотических средств. РТГ в первую очередь следит за безопасностью туристов, их поведением и надлежащим выполнением услуг на маршруте. А при любых форс-мажорных ситуациях сообщать в отправляющую фирму.

В инструктаже активного тура большая часть отводится описанию сложности маршрута, необходимой одежды и экипировки. Также описываются отдельные части маршрута (пеший, сплав, восхождение на гору) и необходимые подготовительные меры для них. На активном маршруте туриста также обязаны неукоснительно соблюдать все правила и рекомендации профессионального гида-сопровождающего. Гид в свою очередь должен

хорошо знать маршрут, внимательно следить за группой, чтобы никто не отстал и не получил травмы. Гид научен оказывать первую помощь при различных травмах в полевых условиях, при необходимости корректировать программу в связи с погодными условиями.

В инструктаже на водном маршруте по пунктам описано, что турист должен сделать перед началом, как действовать в случае падения в воду или перевероте судна, где разрешено\запрещено купаться и общие правила по экипировки и снаряжению. Водные туры сопровождает профессиональный гид, который следит за всей группой, физическим и психологическим состоянием каждого туриста.

ПК 2.3 Координировать и контролировать действия туристов на маршруте

Руководитель туристской группы предприятия «Билетур» всегда очень внимателен к туристу на маршруте. Он обязательно рассказывает туристу о том, что:

- сумочки, кошельки нужно держать крепко в руках, а не на плече. Загранпаспорт желательно хранить отдельно от денег.

При утере паспорта все расходы, связанные с получением справки на возвращение, оплачиваются туристом;

- в автобусе не следует оставлять на виду ценные вещи, дамские сумочки и тому подобное. Ни в коем случае нельзя оставлять свои вещи без присмотра. Особенно это касается случаев при въезде или выезде из гостиницы.

За утерянные или украденные вещи фирма ответственности не несет.

Турист должен соблюдать правила дорожного движения, переходить улицу только на зеленый свет на пешеходных переходах.

Во многих европейских странах большое внимание уделяется велосипедному транспорту. Специально для велосипедистов дорожки выделяются другим цветом (коричневым, красным или черным). Туристу не следует ходить по этим дорожкам.

Гид всегда следит, чтобы турист соблюдал обычные меры личной безопасности, старался не ходить по темным улицам в одиночку и не носил с собой крупные суммы денег, старался избегать конфликтных ситуаций, и тогда хорошее настроение во время поездки туристу гарантировано.

Если у туриста украли или он потеряли паспорт за границей – ему следует обратиться в ближайшее консульство России и получить Документ возвращения на родину. Намного легче его оформить, если у туриста с собой окажется ксерокопия российского паспорта (сам российский паспорт туристу в поездке не нужен).

Если турист отстал от группы, потерялся в незнакомом месте ему необходимо связаться по телефону с руководителем группы, представителем турагентства «Билетур»,

либо с офисом компании. Всем туристам предприятие выдает список отелей с телефонами и адресами по маршруту.

Если турист подвергся краже, ему надо сразу обратиться в правоохранительные органы, администрацию отеля, магазина и так далее, а также сообщить об этом руководителю группы, представителю турагентства «Билетур», либо связаться с офисом компании.

Отклонения от программы тура возможны при согласовании с руководителем группы, под личную ответственность и за счёт туриста, и компенсации не подлежат.

ПК 2.4 Обеспечивать безопасность туристов на маршруте

Безопасность туристской услуги – отсутствие недопустимого риска, нанесения ущерба жизни, здоровью и имуществу туристов во время совершения путешествия (экскурсии), а также в местах пребывания на маршруте.

Снижение риска травмоопасности обеспечивается:

- соблюдением туристами правил проезда на транспортных средствах;
- соблюдением обслуживающим персоналом правил пассажирских перевозок;
- установкой защитных устройств и ограждений при пользовании подвижными механизмами (подъемниками, канатными дорогами), прохождении опасных участков территории (осыпей в горах, у водоемов, горнолыжных трасс и так далее);
- использованием средств индивидуальной защиты (страховочных веревок при пересечении сложных участков туристского маршрута, шлемов, ледорубов, крючьев и прочего страховочного туристского снаряжения);
- соблюдением эргономических требований к туристскому снаряжению и инвентарю;
- соблюдением строительных требований к жилым и общественным зданиям и требований соответствующих нормативных документов, предъявляемых к техническому состоянию транспортных средств, используемых для перевозок туристов (экскурсионных автобусов, автомобилей, плавсредств и пр.);
- соблюдением правил эксплуатации инвентаря и оборудования (лифтов, подъемников, тележек и прочего), обеспечивающих его безопасную работу;
- упреждающим информированием туристов о факторах риска получения травм.

Турагентство «Билетур» для обеспечения безопасности туристов на маршруте проводит следующие мероприятия:

- проводится анализ возможных рисков для туристов;
- своевременно предоставляется туристам и экскурсантам необходимую достоверную и полную информацию о туристском продукте, обеспечивающую возможность его правильного выбора и безопасность на туристском маршруте;

- турфирма обеспечивает услуги инструктора - проводника;
- предоставляет возможность дополнительного добровольного страхования жизни, здоровья, имущества и рисков;
- обеспечивает проведение для туристов (экскурсантов) необходимых инструктажей по безопасности;
- предоставляет туристам (экскурсантам) информацию о реальной возможности спасения, эвакуации и оказания на маршруте квалифицированной медицинской помощи.

ПК 2.5 Контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной

Качество туристского обслуживания – это комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности желания туристов на отдыхе и в путешествиях.

Способы контроля качества услуг в турагентстве «Билетур»:

- посещение рекламных туров;
- опрос туристов о качестве предоставленной туристской услуге;
- самоконтроль персонала туристской фирмы;
- выявление и регистрация претензий, жалоб и рекламаций со стороны потребителей туристских услуг;
- анализ туристской документации.

ПК 2.6 Оформлять отчетную документацию о туристской поездке

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 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 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 тому подобное).

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). 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 ответственным лицом организации, проводящей поход, путешествие и заверяется печатью профсоюзного комитета или организации. Заявочная книжка хранится в организации, проводящей поход, путешествие.

6 Индивидуальное задание

Оценивание качества туристского и гостиничного обслуживания.
Составление отчета руководителя туристской группы.
Анализ претензий туристов.

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

При определении термина «качество» следует учитывать различные аспекты его понимания. До настоящего времени среди специалистов не существует единства в определении этого понятия. Как правило, все эти определения неполны, многообразны, неточны. Однако в каждом случае они отвечают конкретным потребностям общества.

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

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

а) нематериальные – здоровье человека, его образование, информация, культура, духовные ценности и так далее, то есть результат услуги связан с изменением состояния самого человека;

б) материальные – имущество в виде вещей, включая деньги и ценные бумаги, постройки, земля, недвижимость, домашние животные и другая собственность, то есть результат услуги выражен изменением собственности потребителя – сохранением, улучшением, восстановлением – в конечном счете, это измененная или новая продукция.

До последнего времени понятие «качество» применялось исключительно в производственной среде, по отношению к материальным товарам. Активное развитие сферы услуг повлияло на развитие принципиально нового направления в области обеспечения качества. В соответствии с ГОСТ Р 50691–94 «Модель обеспечения качества услуг» качество услуги – совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять

установленные или предполагаемые потребности потребителя; качество обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных или предполагаемых потребностей потребителя.

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

– материальное (объективное), которому соответствуют количественные характеристики, то есть показатели или параметры качества, измеряемые и выраженные числом и размерностью, имеющие стандартные методы определения (расчет, анализ, измерение и так далее);

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

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

В философском понимании качество определяется практически бесконечным числом отдельных элементарных свойств. В таком понимании невозможно найти количественную оценку качества. Однако, когда под качеством понимается полезность, способность удовлетворить ту или иную потребность, вопрос оценки существенно упрощается, становится более определенным. Это путевой документ группы, отправляющейся в самостоятельное путешествие, менее сложное, чем поход первой категории. Маршрутные листы установленного образца выдаются туристам МКК и подписываются руководителем организации (или его заместителем), проводящей некатегоричное путешествие или поход выходного дня.

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

– техническое качество – характеризуется тем, что потребитель получил после того,

как взаимодействие исполнителя и потребителя было завершено, то есть конечный результат;

– функциональное качество – проявляется непосредственно в процессе предоставления услуг (обслуживании);

– социальное (этическое) качество – качество доверия, которое не может быть оценено потребителем перед покупкой.

Таким образом, на качество туристского обслуживания АО «Приморское агентство авиационных компаний» оказывают влияние несколько составляющих: услуга; технология обслуживания; условия обслуживания. Законодательными, нормативно–правовыми актами определены основные требования к качеству туристской услуги, которыми необходимо руководствоваться в процессе проектирования тура. Кроме того, существуют еще и потребительские требования, которые во многом определяют потребительскую оценку качества той или иной услуги, а также всего процесса обслуживания. Все эти составляющие взаимосвязаны и должны соответствовать друг другу. Неудовлетворенность потребителей условиями обслуживания или технологией неизменно приведет к субъективной оценке качества самой услуги [11].

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

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

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

3) Недостоверная или неточная информация о туре. Чтобы сделать правильный выбор между почти одинаковыми турпакетами, турпакетом и отдельно приобретаемой услугой, потенциальный турист должен иметь всю необходимую и достоверную информацию.

4) Ограничение собственной ответственности турфирмы за изменения условий тура.

Следует заметить, что турфирма в пункте договора «Права, обязанности и

ответственность сторон» старается оставить за собой как можно больше прав, а за туристом – как можно больше обязанностей. Часто именно этот пункт договора, нечетко сформулированный, слишком пространный и исключаящий всякую ответственность турфирмы, является источником жалоб туристов [12].

Письменный отчет предприятия АО «Приморское агентство авиационных компаний» о туристском походе состоит из:

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

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

- Характеристики района похода;

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

- Графика движения;

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

- Технического описания маршрута;

В хронологическом порядке дается описание прохождения маршрута группой: ориентиры и расстояния между ними, направления движения, наличие и характеристика троп, дорог, растительности, рельефа, рек, населенных пунктов, мест ночлега, купания (если они проводятся), наличие источников питьевой воды, описание сложных участков и

действий группы при их преодолении, применяемая страховка и меры безопасности.

Основные требования к техническому описанию:

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

похода.

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

– Картографического материала;

Картографический материал должен состоять из:

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

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

Маршрутная карта:

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

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

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

– Сведений о материальном оснащении группы;

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

– Заключение и рекомендаций;

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

– Краеведческого задания.

Тема краеведческого задания может быть связана с изучением района похода или предусматривать проведение исследований в других научных областях.

Рекомендуется при выборе темы краеведческого исследования учесть возможное его значение для безопасного прохождения маршрута, расширения педагогического и познавательного потенциала района путешествия.

Результаты краеведческой работы представляются в виде:

- а) краткое теоретическое вступление по теме работы с указанием педагогической и познавательной целей;
- б) описание методики работы на маршруте;
- в) описание результатов самостоятельной работы;
- г) выводы и практические рекомендации для организаторов походов по результатам работы с указанием выявленных особенностей в краеведческой характеристике района;
- д) познавательное значение выполненной работы;
- е) использование данного материала на маршруте;
- ж) список литературы;
- и) иллюстративный материал (рисунки, фото, карты и тому подобное).

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

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

Страницы отчета должны быть пронумерованы, отчет снабжен оглавлением, должны быть указаны авторы разделов [13].

Заключение

Туристский бизнес в силу своей принадлежности к сфере услуг имеет ряд особенностей, который распространяются и на систему управления. Эти особенности связаны, прежде всего, с необходимостью прямого контакта с клиентом, с удовлетворением индивидуальных потребностей каждого потребителя услуг. Поэтому крайне важно на предприятии туристского бизнеса грамотно подобрать совокупность методов управления, которая бы обеспечила наиболее эффективную деятельность предприятия.

В процессе прохождения учебной практики были:

- проведена исследовательская работа, предметом исследования которой является АО «Приморское агентство авиационных компаний»;

- в ходе исследования были изучена структура предприятия, ее внутренние документы, был собран материал, необходимый для написания отчёта;

- я приобрела необходимые знания, практические умения и навыки работы, проводя изыскательную, проектную и научно-исследовательскую работы;

- я узнала много нового в области туристской индустрии, выполнила программу в полном объёме, прошла квалифицированную практику и ознакомилась с работой всех служб турагентства. С интересом и ответственностью подходила к работе всех служб туристского сервиса;

- я участвовала в процессе выполнения работ, ознакомилась с принципами организации проектных работ.

Данная практика является практическим опытом для дальнейшей работы на туристском предприятии.

Итогом практики является предоставление дневника с производственной характеристикой и оценкой, указанием отношения к работе и степени подготовленности по специальности, поставленные мне руководителем.

АО «Приморское агентство авиационных компаний» осуществляет свою деятельность в соответствии с существующими требованиями, при этом учитывая потребности клиентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Основные понятия // Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 13.06.2023) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ (дата обращения: 16.06.2023).
- 2 История агентства – Текст: электронный // Википедия. – URL: <https://biletur.ru/agency/History/default.htm> (дата обращения 13.06.2023).
- 3 Награды / Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний». – URL: <https://www.biletur.ru/Agency/awards.asp> (дата обращения 12.06.2023).
- 4 Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний» // Благодарности. – URL: <https://www.biletur.ru/Agency/Commendations.asp> (дата обращения 13.06.2023).
- 5 Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний» // О компании. – URL: <https://www.biletur.ru/Agency/> (дата обращения 10.06.2023).
- 6 Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний» // Реквизиты АО «Приморское агентство авиационных компаний» - URL: <https://biletur.ru/agency/rekvizit.asp> (дата обращения 14.06.2023).
- 7 Основная деятельность турфирмы «Билетур» – URL: <https://revolution.allbest.ru/marketing> (дата обращения: 14.06.2023).
- 8 Официальный сайт АО «Приморское агентство авиационных компаний» // Продажа и заказ авиабилетов, ж/д билетов, туристические услуги – URL: <https://www.biletur.ru/>
- 9 Отзывы о АО «Приморское агентство авиационных компаний». - URL: <https://yandex.ru/maps/org/biletur/1102582729/reviews/?ll=131.926553%2C43.169286&z=13> (дата обращения 16.06.2023).
- 10 Тихоокеанский туристский форум и Тихоокеанская международная туристская выставка Pacific International Tourism Expo (PITE) / Официальный сайт «Открой Владивосток». – URL: <https://vladivostok.travel/calendar/?season=spring> (дата обращения: 15.06.2023).
- 11 Контроль и оценка качества туристского обслуживания [Сайт] – URL: <https://studref.com/> (дата обращения: 25.06.2022).
- 12 Анализ жалоб потребителей в туризме. Претензии туристов и разрешение конфликтов [Сайт] – URL: <https://studwood.net/> (дата обращения: 26.06.2022).
- 13 Н.А. Костерев «Рекомендации по составлению туристского отчета о походе» [Сайт] – URL: <http://nkosterev.narod.ru/> (дата обращения: 26.06.2022).

Приложение А

Логотип Всероссийской сети «Билетур»



Рисунок А.1 – Логотип Всероссийской сети «Билетур»

Приложение Б

Сайт турагентства «Билетур»

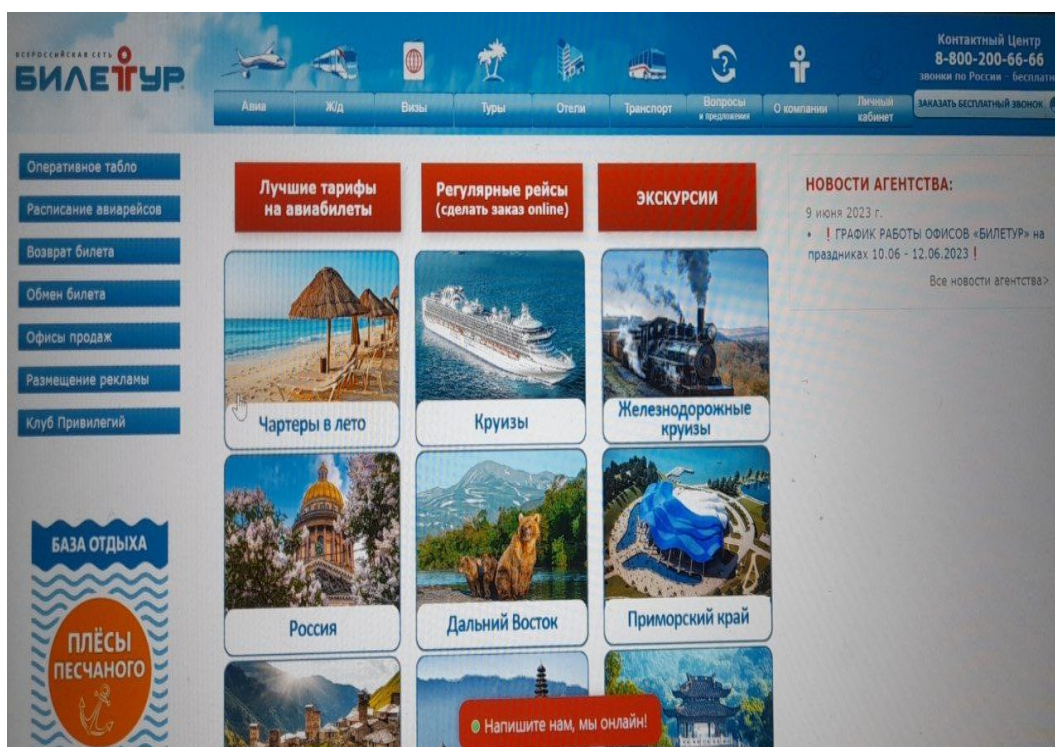


Рисунок Б.1 – Сайт турагентства «Билетур»

Приложение В

Рекламное объявление АО «Приморское агентство авиационных компаний» в официальном Инстаграм–аккаунте предприятия, 2023 год


Нравится: 49
biletur 🍷 Летом в Турции – фруктовый рай. Сезон свежих ягод и фруктов начинается уже в июне! 📌

🍑 В июне здесь созревают абрикосы, нектарины, арбузы, дыни, черешня! Сочные и ароматные фрукты, как правило, подают в ресторанах отелей. А кому этого мало, могут отправиться на базар, где фруктовое изобилие и «вкусные» цены! 🔥

⚡ Рекомендуем отели на курортах Турции:

- 📍 Marti Myra Holiday Village 5*
🍷 Ultra All Inclusive
Тур с 18.06 на 7 ночей от 83 000₽
- 📍 Side Crown Palace 5*
🍷 Ultra All Inclusive
Тур с 19.06 на 8 ночей от 69 200₽
- 📍 Royal Diwa Tekirova Resort 5*
🍷 Ultra All Inclusive
Тур с 20.06 на 7 ночей от 135 000₽
- 📍 FUN&SUN FAMILY Club Sapphire 5*
🍷 All Inclusive
Тур с 21.06 на 7 ночей от 74 700₽
- 📍 Calimera Serra Palace 5*
🍷 Ultra All Inclusive
Тур с 27.06 на 7 ночей от 96 200₽

🇹🇷 Цены указаны на 1 человека, с учетом перелета из Москвы.
 10 часов назад



The image shows an Instagram post from the account 'biletur'. The post features a list of recommended hotels in Turkey with their prices and travel dates. To the right of the text is a photograph of a Turkish cityscape, likely Antalya, with a prominent minaret and the word 'Турция' (Turkey) written in large white letters across the image. The Instagram interface elements, such as the profile picture, name, and interaction icons (heart, comment, share, bookmark), are visible.

Рисунок В.1 – Рекламное объявление АО «Приморское агентство авиационных компаний» в официальном Инстаграм–аккаунте предприятия, 2023 год

Приложение Г

Телеграм-канал АО «Приморское агентство
авиационных компаний», 2023 год

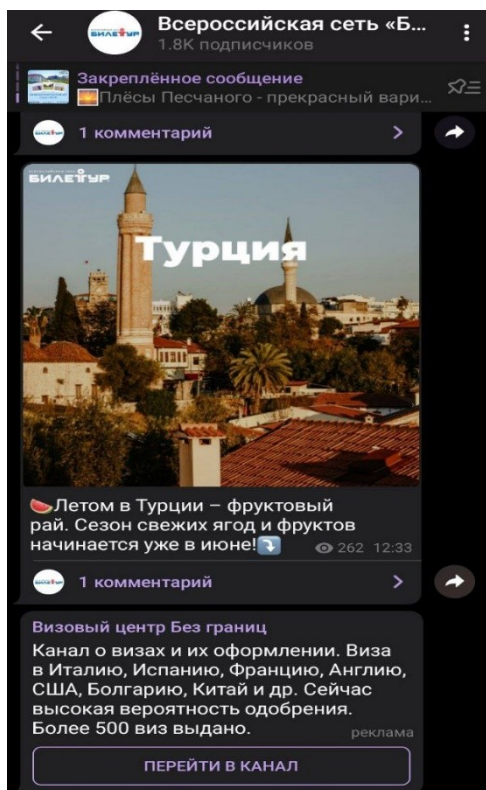


Рисунок Г.1 – Телеграм-канал

АО «Приморское агентство авиационных компаний», 2023 год