



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Владивостокский государственный университет»

Академический колледж

ОТЧЕТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

43.02.10 Туризм

ПМ 01. Предоставление турагентских услуг

ПМ 02. Предоставление услуг по сопровождению

туристов ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг

период с «11» мая по «21» июня 2023 года

Студент группы СО-ТУ-21-1

подпись

Дупик М.С.

Организация: ФГБОУ ВО «ВГУ», Академический колледж

Руководитель практики

подпись

Билая А.А.

Отчет защищен:

с оценкой

Григорьевская И.В.

Владивосток 2023

Содержание

<u>Введение</u>	3
<u>1 Общие сведения о деятельности предприятия</u>	4
1.1 <u>История создания и развития предприятия</u>	4
1.2 <u>Учредительные документы, организационно–правовая форма и форма собственности предприятия</u>	4
1.3 <u>Организационная структура и взаимодействие подразделений</u>	5
1.4 <u>Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия</u>	7
1.5 <u>Перспективы развития предприятия</u>	8
<u>2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия</u>	9
2.1 <u>Анализ организации обслуживания клиентов</u>	9
2.2 <u>Социально–психологические особенности деятельности предприятия. Культура предприятия</u>	9
<u>3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта</u>	11
<u>4 Система обеспечения безопасности</u>	12
<u>5 Технология формирования профессиональных компетенций</u>	13
<u>6 Выводы и предложения по совершенствованию деятельности предприятия</u>	20
<u>7 Индивидуальное задание</u>	21
<u>Заключение</u>	22
<u>Список использованных источников</u>	23
<u>Приложение А. Образец туристской путевки</u>	24

Введение

Туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Туризм как межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры играет одну из главных ролей в мировой экономике, обеспечивая десятую часть мирового валового национального продукта, и в ближайшие годы станет наиболее важным ее фактором. Туризм можно рассмотреть в трех аспектах:

1. Туризм – форма человеческой деятельности;
2. Туризм – способ удовлетворения потребностей человека;
3. Туризм – как оказание услуг.

Туристский рынок – это сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями туристского продукта, в которой совершается процесс превращения туристских услуг в деньги и обратно. Функции туристского рынка отражают форму проявления туристской деятельности и ее назначение в обществе. Туристский рынок выполняет **следующие функции:**

- Реализацию стоимости и потребительной стоимости, заключенных в туристском продукте;
- Организацию процесса доведения туристского продукта до потребителя (туриста);
- Экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

Предложение туристского продукта обусловлено определенными предпосылками, среди которых наиболее важными считаются: наличие производителей туристского продукта (туроператоры), уровень развития туристской индустрии, объем туристских ресурсов.

Туризм приобретает большое значение для регионального развития. Создание туристских предприятий в различных регионах способствует выравниванию и ускорению экономического развития, созданию дополнительных рабочих мест, привлечению внимания к местному природному и культурно – историческому наследию и проблемам его охраны, повышению спроса на товары местного производства и т.д.

Туризм стал одним из важнейших факторов экономики, поэтому специалисты различных наук и политики рассматривают его не просто как поездку или отдых. Это понятие намного шире и представляет собой совокупность отношений и единство связей и явлений, которые сопровождают человека в путешествиях. Туризм усиливает взаимозависимость государств и требует их совместных усилий. В рамках международных отношений и стремлении к миру, основанному на справедливости и уважении отдельных личностей и общества в целом, туризм выступает положительным фактором, содействующим постоянному познанию и пониманию и основной для достижения более высокого уровня уважения и доверия между народами.

Цель учебной практики направлена на закрепление знаний и навыков, полученных в

ходе лекций и практических работ, а именно: предоставление туристических услуг туроператорам и турагентам; оказание сопутствующих услуг.

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

- а) Проводить анализ запросов и возможностей реализации туристских продуктов;
- б) Сотрудничать с туристическим оператором, осуществлять маркетинговое исследование рынка и формировать востребованный туристский продукт;
- в) Формирование туристского продукта, расчет его стоимости, оформление турпакета и т.д;
- г) Организовывать подготовку группы, транспортных средств и оборудования к выходу в маршрут, контролировать их действия, обеспечивать безопасность туристов;
- д) Проверить качество обслуживания туристов принимающей стороной и подготовить отчетные документы по туристической поездке.

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

1 Общие сведения о деятельности предприятия ООО «Топ Тур»

1.1 История создания и развития предприятия ООО «Топ Тур»

Название компании: Турагентство ООО «Топ Тур». Местонахождение: Приморский кр., г. Владивосток, проспект Красного Знамени, д. 30 офис Часы работы: Понедельник – пятница 10:00 – 18:00; суббота и воскресенье выходные. Телефон 8 (902) 555 – 33 – 25 (Приложение А).

Турфирма «Топ Тур» была основана в 2016 г. Основным видом деятельности компании является оформление виз в Европу, Азию и Америку, а также компания занимается обслуживанием на территории РФ иностранных граждан из КНР, Японии, Южной Кореи.

За 7 лет своего существования на рынке туристических услуг компания «Топ Тур» уделяет большое внимание качеству и уровню обслуживания клиентов компании, при этом стараясь расширить географию туристических услуг и объемы реализуемых услуг

Компания «Топ Тур» состоит из головного офиса в городе Владивосток.

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

Учредительные документы – являются основными документами, регулирующим деятельность юридического лица. Каждое юридическое лицо должно иметь учредительные документы, разъясняющие права и обязанности учредителей и органов управления компании.

К учредительным документам предприятия ООО «Топ Тур» относятся:

- устав (свод правил, определяющих порядок и организацию деятельности предприятия)
- учредительный договор или решение учредителя о создании предприятия;
- заявление о государственной регистрации учредителя или лица, уполномоченного учредителями;
- свидетельство о регистрации в ЕГРЮЛ;
- свидетельство о постановке на учет в налоговой инспекции по юридическому адресу лицензии;
- лицензии;
- договор об учреждении;
- список участников;
- протокол о назначении генерального директора.

Организационно-правовая форма (ОПФ) - это признаваемая законодательством конкретной страны форма хозяйствования, определяющая способ создания и использования имущества хозяйствующим субъектом, а также его правовой статус и вытекающие из этого коммерческие цели.

Примеры организационно-правовых форм:

- а) акционерное общество (АО);

б) общество с ограниченной ответственностью (ООО);

в) индивидуальное предпринимательство (ИП).

Организационно-правовая форма и форма собственности предприятия «Топ Тур» является ООО (общество с ограниченной ответственностью)

1.3 Организационная структура и взаимодействие подразделений

Организационная структура — это схема, по которой сотрудники, отделы и подразделения взаимодействуют между собой. Она определяет, кто и за что отвечает, кто с кем коммуницирует, кто ставит задачи сотрудникам, кто принимает решения.

Основная задача орг.структуры — выстроить понятную схему работы и координировать действия участников. Это важно для всей компании, так как позволяет:

1. Устанавливать зоны ответственности;
2. Распределять обязанности;
3. Формировать потребность в сотрудниках;
4. Устанавливать порядок коммуникации;
5. Видеть перспективы карьерного роста.

Организационная структура «Топ Тур» – это отношения между руководителями и подчиненными.

Основные задачи организационной структуры «Топ Тур»:

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

Управление ООО «Топ Тур» происходит на линейно – функциональном уровне (Приложение Б).

Преимущества линейно – функциональной структуры управления:

- а) расширение возможности принятия компетентных решений;
- б) сокращение времени на решение технологических вопросов производства;
- в) построение связей «руководитель – подчиненный» по иерархической лестнице,

при которых каждый работник подчинен только одному руководителю.

Недостатки линейно – функциональной структуры:

- а) сложности с взаимодействием между подразделениями;
- б) долгая процедура согласования важных решений, из-за чего организация лишается гибкости и не сразу реагирует на рыночные изменения;
- в) сложности с поиском ответственных при возникновении проблем.

Штат «Топ Тур»: генеральный директор, главный бухгалтер, бухгалтер, управляющий отделом продаж, менеджеры по туризму.



Генеральный директор - это руководитель организации, человек, который отвечает за все процессы и результаты. Он подчиняется собственникам компании, нередко является одновременно учредителем и гендиректором бизнеса. Часто учредители формируют идеологию компании, думают о миссии бизнеса. Гендиректор же отвечает за создание и реализацию стратегии деятельности.

Руководитель осуществляет полный контроль над деятельностью организации. Это главное действующее лицо в любой компании. Вот основные функции генерального директора:

1. руководит финансовой и хозяйственной деятельностью компании;
2. проводит мероприятия, которые призваны улучшить взаимодействие между отделами компании;
3. контролирует выполнение всех финансовых обязательств перед кредитными учреждениями;
4. осуществляет надзор за ведением бухгалтерии, предоставлением отчетностей в налоговые органы;
5. проводит работы по привлечению в организацию квалифицированных сотрудников;
6. принимает решения о покупке для компании офисной техники или любого другого имущества;
7. контролирует выполнение мер, о которых были приняты решения в ходе собрания акционеров организации.

Задача генерального директора — повысить операционную эффективность компании. Для этого он должен понимать, как создать сбалансированную систему целей, знать основные приемы оптимизации бизнес-процессов, разбираться в методах увеличения доходов в том числе в условиях кризиса и неопределенности.

Бухгалтер в туристической компании занимается документальным оформлением работы организации и всеми вопросами, связанными с налогообложением. Специфика бухучета часто сильно различается в зависимости от вида деятельности фирмы. Сегодня туристическая фирма может работать как оператор или как агентство. Операторы занимаются разработкой туров, формированием пакетов для путешественников, оформлением всех

необходимых проездных документов и т.д. Агентства же лишь реализуют туры за определенный процент от их продажи, являясь посредником между туроператором и его клиентам

В ключевые обязанности главного бухгалтера в туристической компании входит:

- отражение поступления путевок от туроператора, с которым заключен договор, за балансом компании;

- отражение реализации путевок: списание выданного бланка и получение денежных средств;

- начисление НДС с вознаграждения фирмы;

- перечисление денежных средств за проданные путевки оператору.

Обычно на работу бухгалтером в туристические компании приглашают специалистов, которые имеют понятие о специфике отношений между фирмами-операторами и фирмами-агентами. Их сделка представляется следующими документами:

- a. агентскими договорами;
- b. отчетами о реализации путевок агентствами;
- c. документами об оплате путевок операторам;
- d. документами о выплате агентского вознаграждения, предусмотренного договором.

Менеджеры по туризму занимаются организацией туристических поездок. Эта работа на львиную долю состоит из общения с клиентами и требует от человека хорошо развитых навыков коммуникации и продаж, знания географии, основных туристических направлений, культур и достопримечательностей разных стран, а часто еще и иностранных языков.

Необходимо разделять деятельность менеджеров в турагентствах и туроператорах, так как в зависимости от этого меняются и обязанности.

Менеджеры в туроператорах отвечают за формирование тура – его программу, маршрут, бронь отелей, заказ транспорта и экскурсионных услуг. Именно туроператор устанавливает цену на туристский продукт, а также политику скидок.

1.4 Основные задачи, виды деятельности (услуг) предприятия

На сегодняшний день у ООО «Топ Тур» открыт один офис в центре Владивостока, что очень удобно как для посетителей, так и для сотрудников.

ООО «Топ Тур» предлагает:

- горящие туры (Тайланд, Япония, Китай, Южная Корея и т.д.)
- организация экскурсий
- оформление виз – мед. страхование для поездок за границу
- трансферы, личные водители
- входные билеты на мероприятия (музеи, театры, парки аттракционов)

Основные задачи ООО «Топ Тур»: оповещение о возможностях проведения досуга везде, продвижение туристской информации посредством рекламы, организация реализации туристского продукта, создание привлекательных туристских продуктов, отвечающих потребностям туристов, поддержание предложения на уровне спроса, поддержание конкурентоспособности туристского продукта, оказание качественных услуг туристам и обеспечение финансовой устойчивости.

1.5 Перспективы развития предприятия

Компания планирует ежегодное увеличение объемов продаж, при этом максимально удовлетворяя потребности своих партнеров и клиентов.

В компании делается все для того, чтобы большинство туристов, которые принимают решение об отдыхе в самый последний момент, стали потенциальными клиентами ООО «Топ Тур». Успех деятельности компании зависит от квалификации сотрудников, поэтому в ООО «Топ Тур» большое внимание уделяется обучению персонала, создаются все условия для профессионального роста сотрудников. Понимая, что инвестиции в квалифицированные кадры составляют основу долгосрочного успеха, в компании формируется команда профессионалов, руководство постоянно заботится о повышении их квалификации, мотивации, социальной защищенности и преданности корпоративным ценностям.

Очень важными являются принципы лояльности и открытости: люди, работающие в ООО «Топ Тур», принимают миссию, цели и принципы компании.

В современном бизнесе корпоративные ценности и правила рассматриваются как ключевые факторы успешного развития не только кадровой политики, но и бизнеса в целом. В ООО «Топ Тур» большое внимание уделяется созданию корпоративной культуры компании. Туроператор осуществляет комплекс мероприятий, направленных на укрепление фирменного стиля компании и на повышение узнаваемости марки ООО «Топ Тур» как среди туристов, так и среди агентств.

2 Организационно–технологические аспекты деятельности предприятия ООО «Топ Тур»

2.1 Анализ организации обслуживания клиентов ООО «Топ Тур»

В настоящее время российский туристский рынок достаточно развит, и особое внимание следует уделить проблеме развития конкуренции путем продвижения внутренних механизмов саморазвития конкурентоспособности в туризме. Значение конкуренции для туристского рынка определяется перераспределением ограниченных туристских ресурсов, рыночных активов в соответствии с предпочтениями и потребностями экономики, производством и распределением достаточного количества товаров за счет функционирования ее механизмов. Качественный и востребованный туристский продукт предоставляется по равновесной цене.

Для достижения поставленной цели менеджеры ООО «Топ Тур» проводят маркетинговые исследования на рынке туризма, чтобы определить сильные и слабые стороны своих маршрутов по сравнению с конкурентами, регулярно участвуют во встречах компаний, где обсуждают опыт и различные сложные ситуации, и узнают об этом больше.

Важнейшим аспектом технологии продаж является психология взаимодействия с покупателем. Сотрудники компании принимают непосредственное участие в процессе продаж, умеют красиво преподнести свой маршрут, а также профессионально владеют техникой общения с покупателем. Руководители бизнеса понимают, что выбор клиента зависит не только от полученной информации, но и от впечатления, произведенного самим менеджером.

Процесс продажи туристского продукта включает:

- a. Прием и общение с клиентом.
- b. установление мотивации выбора тур продукта
- c. предложение туров
- d. оформление правоотношения и расчет с клиентом
- e. информационное обеспечение покупателя.
- f. Обслуживание клиента не ограничивается элементами продажи.
- g. Накануне путешествия работники фирмы по телефону напоминают туристу о предстоящей поездке.

На уровень обслуживания клиентов при покупке тура влияют различные факторы:

1. наличие комфортабельного офиса и средств качественного обслуживания (мебель, оргтехника, канцтовары и т.д.)
2. метод продажи
3. квалификация персонала

4. возможность формирования тур услуг по желанию клиента
5. соблюдение установленных правил продажи
6. степень использования средств внутрифирменной рекламы и информации
7. внешний вид сотрудников, доброжелательность.

Персонал должен знать:

- законодательные акты и нормативные документы в сфере туризма;
- формальности международных норм, а также правила оформления документов на выезд (въезд) из России;
- иностранный язык в объеме, соответствующем выполняемой работе.

2.2 Культура предприятия ООО «Топ Тур»

Культура компании понимается как система основных ценностей, убеждений, негласных соглашений, стандартов и кодексов поведения, разделяемых всеми членами компании. В устоявшихся туристских предприятиях и учреждениях она становится в ее рамках своими качествами, оказывая активное влияние на сотрудников, модифицируя их поведение в соответствии с декларируемыми нормами, ценностями и негласными договоренностями.

Этика поведения с посетителями:

- персонал должен быть приветливым и доброжелательным;
- начинать диалог с приветствия;
- приветливо улыбаться;
- быть терпеливым и вежливым;
- проявлять уважение к посетителю;
- иметь располагающий вид; уметь слушать.

В культуре компании есть определенная сила, которая характеризуется, прежде всего, ее размером, уровнем осведомленности членов организации и ясностью культуры для всех. Сильная культура создает преимущества для компании.

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 «Топ Тур» создает преимущества для предприятия, поэтому туристы к ним всегда возвращаются, и становятся постоянными клиентами.

Компания ООО «Топ Тур» осознает свою ответственность за повышение престижа российской туристской отрасли, установление честной конкуренции и цивилизованных отношений между участниками рынка.

Фирма активно участвует в экономической и социальной жизни страны и г. Владивостока, в различных благотворительных акциях, направленных на поддержку малоимущих слоев населения.

Компания ООО «Топ Тур» выполняет требования российского законодательства в области охраны и безопасности труда, обеспечивает каждого своего сотрудника достойной заработной платой и социальным пакетом в полном объеме. Кроме того, разработана система поощрения работников компании.

3 Технология продвижения и стимулирования продаж туристского продукта

Продвижение туристского продукта – комплекс мер, направленных на его реализацию, включающий рекламу, участие в специализированных выставках, ярмарках, организацию информационных центров, издание каталогов, буклетов и др.

Использование средств по стимулированию спроса в области туризма нацелено не только на конечного потребителя, но и на многочисленных производителей тур услуг, посредников (тур-агентов, туроператоров), а также на свои контактные «аудитории» (средство массовой информации, финансовые и страховые компании, общественные организации).

Для того чтобы продать продукт, необходимо:

- a. привлечь внимание потенциальных потребителей;
- b. вызвать интерес у потребителей к продукту;
- c. вызвать желание у потребителей купить данный продукт;
- d. стимулировать покупателей к реальному действию.

В туризме широко используются такие средства стимулирования спроса, как реклама, личная продажа, стимулирование сбыта и с общественностью.

Реклама может быть определена как форма неличной коммуникации с клиентами по представлению товаров, идей и услуг, осуществляемому через платные средства распространения информации, с четко указанным источником финансирования. В туристском маркетинге эти обращения к путешествующей публике составляются для знакомства с определенным туристским направлением, чтобы таким образом привлечь покупателей. Подобные обращения передаются потенциальным покупателям при помощи основных средств информации, таких, как газеты, журналы, прямые почтовые отправления, телевидение, радио, а также наружная реклама.

В ООО «Топ Тур» методы продвижения и реализации достигаются с помощью рекламы. Компания очень много средств тратит на рекламу. В качестве средств распространения рекламы, фирма выбрала средства массовой информации для донесения рекламного сообщения до целевой аудитории, это:

- реклама на транспорте;
- реклама в аэропортах;
- билборды;
- журналы;
- каталоги.

Компания ООО «Топ Тур» участвует в туристских выставках как в Москве, так и в регионах, проводятся широкие рекламные акции по популяризации и узнаваемости марки ООО «Топ Тур» на российском рынке.

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.

Федеральный закон от 27.12.2002 № 184–ФЗ «О техническом регулировании» дает определение безопасности: «безопасность – это состояние, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений».

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

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества. ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» классифицирует факторы риска следующим образом. Травмоопасность, например, ушибы, переломы от падения различных предметов, потертости, ссадины от неудобного туристского снаряжения. Также это может быть воздействие окружающей среды, такие как повышенные или пониженные температуры, влажность, ветер, перепады давления. Далее идет пожароопасность, а именно, разведение костров, курение в неположенных местах, пользование неисправными электроприборами и другое.

К факторам риска относят также биологические воздействия, психофизиологические нагрузки, опасность излучений, химические воздействия, повышенные запыленность и загазованность. В том числе, отсутствие необходимой информации об услуге и ее характеристиках, природные и техногенные катастрофы.

Страхование является еще одним способом защиты жизни, здоровья, имущества туристов от возможного причинения ущерба, от посягательств третьих лиц. Страхование все чаще становится обязательным условием любого тура. Туристская компания выплачивает туристу определенную сумму при наступлении страхового случая, такого как внезапное заболевание, несчастный случай, утрата имущества и другое.

Наиболее распространенные виды страхования в туризме – это страхование медицинских расходов на лечение, страхование багажа, автомобиля, страхование ответственности перед третьими лицами, страхование отпусков и поездок.

Обеспечение безопасности туристов является главным условием организации путешествий в турфирме ООО «Топ Тур».

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.

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

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

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

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

5 Технология формирования профессиональных компетенций

ПК 1.1 Предоставление тур продукта индивидуальным и корпоративным потребителям

Для крупных организаций, деятельность которых связана с частыми командировками, сейчас стало не только правилом, но скорее необходимостью, наличие постоянного партнера в сфере туризма, которому можно было бы доверить организацию любой поездки.

Основная суть корпоративного обслуживания – предоставление полного пакета туристических услуг сотрудникам той или иной компании, как в пределах России, так и за рубежом, а также организация приема в России иностранных партнеров компании. Поэтому туристическую компанию, занимающуюся корпоративным обслуживанием, должно отличать качество всех видов предоставляемых услуг, высокий профессионализм сотрудников, которые обязаны уметь грамотно проконсультировать клиента и предоставить необходимую услугу на хорошем уровне. Сотрудничество с корпоративными клиентами включает в себя подписание корпоративного договора и предоставление всех необходимых документов, в том числе финансовых отчетов.

Индивидуальный клиент, в отличие от корпоративного, движим личными, порой эгоистичными желаниями. Он выбирает товар или услугу исключительно из собственных побуждений и мотивов для себя или для близких людей. Соответственно, при работе с таким клиентом, нужно исходить из его мотивов, и предлагать исключительно то, что смогло бы удовлетворить только его потребности, а не потребности его коллег, начальников и т.д.

ПК 1.2 Работать с информационными и справочными материалами для формирования турпродукта.

Федеральный закон РФ от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» даёт следующее определение: «Под туристским продуктом (турпродуктом) понимается совокупность вещественных (товара) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его туристского путешествия (поездки) и вызванных именно этим путешествием»

Пакеты услуг (туры) состоят из: услуг размещения, услуг питания, услуг транспорта, трансфера (встречи, проводы, поднос или подвоз багажа и туриста до места проживания), организация и оказание экскурсионных, рекреационных, культурных и спортивных услуг, услуг по организации посещения магазинов, услуг оформления (паспортов, виз, медицинских и ветеринарных сертификатов, проката автомобилей, страхование и др.).

ПК 1.3 Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта.

При оформлении туристского путешествия в офисе туроператора (турагента) турист получает на руки важные документы, подтверждающие его право на получение оплаченных услуг, а также исчерпывающую информацию об этих услугах. К таким документам относятся: договор о реализации турпродукта; туристская путевка установленной формы; информационный листок к путевке; туристский ваучер; памятка (например, для выезжающих за рубеж).

Договор о реализации турпродукта представляет собой соглашение между потребителем туристской услуги (туристом) и туроператором или турагентом, реализующим пакет услуг. Договор заключается в письменной форме и содержит существенные условия договора, в том числе достоверную информацию о реализуемом пакете услуг, розничной цене и порядке оплаты, а также определяет взаимные права и обязанности сторон при организации **и проведении поездки (путешествия)**. Подробнее он будет рассмотрен в следующей главе.

ПК 1.4 Принятие денежных средств в оплату туристской путевки на основании бланка строгой отчетности.

Правовую основу применения любых БСО, включая туристическую путевку, составляют: Федеральный закон -ФЗ «О применении ККТ при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и Положение об осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники (далее - Положение), утверждено постановлением Правительства РФ.

В соответствии с п. 19 Правил оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденных постановлением Правительства РФ, туристская путевка должна быть передана потребителю наряду с другими документами, удостоверяющими право на услуги и необходимыми ему для совершения путешествия не позднее 24 часов до начала путешествия.

Таким образом, оформленная путевка должна быть передана туристу вместе с договором и другими документами, удостоверяющими право на услуги и необходимыми ему для совершения путешествия.

ПК 1.6 Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению визы

Для того, чтобы турфирма смогла грамотно оформить визу, необходимо: предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз; доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.

Туристские отчеты – один из основных источников информации о районе путешествия. План отчета руководителя туристской группы состоит из: номера маршрута; продолжительности поездки; явки туристов на маршрут; характеристики предоставленных услуг; документов; финансов; дат совершения тура.

ПК 1.7 Составление бланков, необходимых для проведения реализации тур продукта. Существуют две основные формы реализации туристского продукта: через собственные бюро продаж и путем использования контрагентской сети.

Собственные бюро продаж — это принадлежащие туроператору торговые точки, через которые ведется работа непосредственно с покупателями (туристами).

Реализация через контрагентскую сеть — это работа с посредниками (тур агентами), т.е. работа с потребителем ведется фирмой-посредником. Использование контрагентских сетей наиболее распространенная форма реализации туристского продукта.

Процесс реализации туристского продукта включает в себя основные этапы:

прием клиента и установление контакта с ним;

- выяснение мотивации выбора туристского продукта; предложение туров;
- информационное обеспечение покупателя;
- документальное оформление правоотношений (заключение

договора); расчет с клиентом.

Реализация туристского продукта осуществляется на основании договора, заключаемого в письменной форме между туроператором и туристом и (или) между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком. Договор должен соответствовать законодательству Российской Федерации, в том числе законодательству о защите прав потребителей.

ПК 2.1 Контроль наличия туристов.

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

ПК 2.2 Проверка документов, необходимых для выхода тур группы на маршрут.

Перед отправлением на маршрут руководитель туристской группы (гид, экскурсовод) получает в туристской организации следующие документы:

1 Маршрутную книжку и маршрутный лист. В маршрутной книжке указываются номер маршрута и группы, фамилии, имена и отчества всех участников похода, основные данные о них и инструкторе, схема маршрута с запасными вариантами и график движения группы. Описываются препятствия, встречающиеся на маршруте, и способы их безопасного

преодоления. Здесь же помещается краткий план работы инструктора с группой. Выделяется место для замечаний старшего инструктора о проведении похода и работе инструктора. В маршрутной книжке указываются также и общественные должности — обязанности участников похода.

2 План-задание к наряду с указанием всех реквизитов группы: № группы, маршрута, тура, путевок; количество человек в группе; сроки обслуживания; наименование, телефон и адрес организации, купившей путевку (или данные туристов-индивидуалов); место встречи с группой; дата и время отправления; марка и № автобуса; содержание и график обслуживания; адрес принимающего бюро; Ф.И.О. и телефон ответственного лица туристской фирмы.

3 План-задание к наряду оформляется менеджером или методистом туристской фирмы и, заверенное его подписью, выдается руководителю тур группы (гиду).

4 Памятку руководителя тур группы.

5 Копию калькуляции принимающего бюро путешествий (турфирмы).

6 Копию расчета стоимости путевки.

7 Бланк списка туристов (Приложение 1)

8 Доверенность на обслуживание туристов, выписанную на его имя в принимающую турфирму (бюро).

9 Бланк отчета.

10 Бланк отзыва туристов о маршруте.

11 Путевую информацию.

ПК 2.3 Анализ событийных мероприятий предприятия.

Событийный туризм - направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность.

Такие туры становятся все более популярными, все больше появляется людей, которые хотят максимально интересно провести свой отпуск или выходные дни.

Событийный туризм набирает популярность среди энергичных, современных людей, которые знают, чего хотят и сами планируют свой отпуск. Ведь каждый день на планете происходит столько интересного. Событийный туризм - это праздник, выбранный непосредственно туристом и подготовленный специально для него.

Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии. Потребительский спрос значительно превышает предложения. Наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества.

ПК 2.4 Определение особых потребностей тур группы или индивидуального туриста.

Потребности туристов, находящихся вне места неизменного проживания, разделяются

на три группы:

- главные;
- специальные;
- дополнительные.

Главные потребности туристов — это потребности в передвижении, проживании и питании. Следовательно, сервисы средств размещения, компаний питания и транспортных организаций являются обязательными для воплощения туристской деятельности. Средства размещения (гостиницы, мотели, частные квартиры) и компании питания (рестораны, кафе, бары) обеспечивают условия для обычной жизнедеятельности туристов. Транспортные средства осуществляют их доставку к местам отдыха и обеспечивают внутри маршрута передвижения. Потребление главных услуг является предпосылкой для ублажения специфичных потребностей туристов, являющихся главной целью поездки потребностей во впечатлениях, развлечениях, деловых встречах, курортном обслуживании. Дополнительные потребности туристов удовлетворяются услугами компаний сервиса, торговли, культурных и увеселительных учреждений.

ПК 2.5 Оценивать качество туристского и гостиничного обслуживания

Качество туристского обслуживания является одним из важнейших факторов успешной деятельности туристского предприятия. 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.

Качество туристского обслуживания 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.

ПК 2.6 Составление отчета руководителя туристской группы.

Начинается отчет с титульного листа, в котором указывается вид путешествия, категория и нитка маршрута; а также организация, проводящая путешествие; фамилия, имя, отчество руководителя, его домашний адрес и телефон. Желательно указать аналогичные

сведения о заместителе руководителя. Внизу ставится год путешествия.

Далее отчет удобно разбить на несколько частей.

Часть 1. Информация о районе путешествия. Подъезды к началу маршрута.

Часть 2. Активная часть.

Часть 3. Материальное обеспечение группы.

Часть 4. Справочный материал.

ПК 3.1 Осуществление маркетинговых исследований.

Маркетинговые исследования – это сбор, обработка и анализ данных о рынке, конкурентах, потребителях, ценах, внутреннем потенциале предприятия в целях уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений. Результатом исследований маркетинга являются конкретные разработки, которые используются при выборе и реализации стратегии, а так же маркетинговой деятельности предприятия.

Как показывает практика, без рыночных исследований невозможно систематически собирать, анализировать, и сопоставлять всю информацию, необходимую для принятия важных решений, связанных с деятельностью на рынке, выбором рынка, определения объемов продаж, прогнозированием и планированием рыночной деятельности.

Объектами рыночного исследования являются тенденция и процесс развития рынка, включая анализ изменения экономических, научно-технических, законодательных и других факторов, а так же структура и география рынка, его емкость, динамика продаж, барьеры рынка, состояние конкуренции, сложившаяся конъюнктура, возможности и риски.

ПК 3.2 Составление программы туров для российских и зарубежных клиентов.

Формирование идей предполагает определение объекта путешествия. В качестве источников идей для новинок могут служить:

- потребители, нужды и потребности, которых можно выявить с помощью опросов, групповых обсуждений;
- ученые, которые приведут к созданию оригинальных или усовершенствованных вариантов существующих тур продуктов;
- продукты конкурентов;
- персонал фирмы, находящийся в постоянном контакте с клиентами;
- статистика поездок за рубеж российских туристов, которая показывает наиболее популярные направления и сезоны туристических поездок.

ПК 3.3 Расчет себестоимости турпакета и определение цены тур продукта.

Цена на туристский продукт определяется методом нормативной калькуляции себестоимости услуг. Вообще 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

ПК 3.4 Консультирование партнеров по тур продуктам.

Консультирование партнеров по тур продуктам – это разъяснения основных понятий, задач и целей данного продукта. Туристский продукт - это совокупность вещественных (физических товаров) и невещественных (в форме услуг) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, возникших в период его путешествия.

Тур продукт состоит из трех частей: тура (туристская поездка по определенному маршруту); туристско-экскурсионных услуг (размещение, питание, транспортировка, экскурсионные программы и другие услуги на маршруте, относящиеся к цели путешествия) и товаров

- предметов потребления.

6 Выводы и предложения по совершенствованию деятельности предприятия ООО «Топ Тур»

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

ООО «Топ Тур» – компания, которая развивается в ногу со временем и хорошо понимает потребности своих клиентов. Компания организует туры по направлениям Россия, Турция, Андорра, Беларусь, Болгария, Вьетнам, Греция, Доминикана, Израиль, Индия, Испания, Италия, Кипр, Марокко, Мексика, ОАЭ, Таиланд, Тунис, Хорватия и Черногория.

Туры ООО «Топ Тур» можно приобрести в турагентстве г. Владивостока; с помощью удобного сервиса онлайн бронирования туров, размещенного на сайте компании, а также в офисе прямых продаж туроператора. В обширную полетную программу ООО «Топ Тур» входят авиарейсы вылетом из 25 городов РФ

Демонстрацию туристического продукта можно проводить как в офисе, на ярмарках, выставках, так и в общественных местах. С этой целью проводятся различные семинары, консультационные дни, обеды, куда приглашаются желаемые для фирмы клиенты.

Также, следует наладить:

1) систему маркетинговой информации, которая обеспечивает получение, систематизацию, оценку и использование сведений, характеризующих состояние внешней и внутренней среды туристского предприятия;

2) систему организации маркетинга, направленной на создание соответствующей организационной структуры, обеспечивающей реализацию маркетинговых мероприятий;

3) систему маркетингового контроля, обеспечивающую слежение за выполнением маркетинговых стратегий и программ.

7 Индивидуальное задание

Заполнение пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз

Виза — это разрешительный документ, дающий право человеку на пересечение тех или иных границ. Под визой понимается фактическое разрешение иностранцу на въезд на территорию другого государства.

Схема взаимодействия турагентства и визового отдела очень проста. Турагент собирает вместе с туристом все необходимые документы, передаёт туроператору на оформление визы. Туроператор относит в визовый отдел, а визовый отдел относит документы в Консульство страны.

Для того, чтобы турфирма смогла грамотно оформить визу, необходимо:

- предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран;

Перечислим документы, необходимые для оформления визы, это:

- нотариально заверенное приглашение.
- заполненные анкеты
- несколько (обычно 2) одинаковых фотографий 4 x 5 см, давность которых не более 2 лет
- копия паспорта одного из родителей, где вписаны дети до 16 лет, или копия отдельного паспорта ребенка
- копия военного билета для мужчин от 17 до 28 лет;
- справка медицинского освидетельствования туриста

Если турист по профессии журналист, то может потребоваться для получения визы специальное согласие пресс-службы посольства на его въезд в страну или от него потребуют расписку: «во время турпоездки не буду заниматься журналистской деятельностью».

Студентам требуются дополнительно: копия студенческого билета или справка с места учебы, копия внутреннего паспорта, справка с места работы родителей или человека, оплачивающего поездку.

Периодически та или иная страна или группа стран существенно ужесточают режим въезда и вводят более строгий порядок получения туристских виз. Все больше иностранных посольств требуют одновременно с перечисленными документами предъявлять ксерокопию страниц внутреннего паспорта туриста (фото, данные туриста, его прописка, для мужчин -- отметка о

воинской обязанности или приписное свидетельство).

Заключение

Целью практики являлось закрепление студентами полученных теоретических знаний на основе практического участия в деятельности виртуальной туристической фирмы, приобретение опыта профессиональной деятельности и самостоятельной работы в сфере реализации туристского бизнеса, сбор, анализ и обобщение материалов для подготовки материалов отчета по практике.

Для примера исследования было выбрано предприятие ООО «Топ Тур».

Туристское обслуживание удовлетворяет целый комплекс разнообразных потребностей: перевозки, питания, проживании, познавательных экскурсиях, спортивных и развлекательных мероприятиях и т.д. Во время программных туров предлагается удовлетворение специфических потребностей в лечении, деловых встречах, походах и д.р.

ООО «Топ Тур» – компания, которая развивается в ногу со временем и хорошо понимает потребности своих клиентов. Туроператор входит в число лидеров туррынка. ООО «Топ Тур» организует туры по направлениям Россия, Турция, Андорра, Беларусь, Болгария, Вьетнам, Греция, Доминикана, Израиль, Индия, Испания, Италия, Кипр, Марокко, Мексика, ОАЭ, Таи-ланд, Тунис, Хорватия и Черногория. Туры ООО «Топ Тур» можно приобрести в турагентстве г. Владивосток; с помощью удобного сервиса онлайн бронирования туров, размещенного на сайте компании, а также в офисе прямых продаж туроператора. В обширную полетную программу ООО «Топ Тур» входят авиарейсы вылетом из 25 городов РФ.

Наша цель – предоставление каждому клиенту качественного продукта и услуг при постоянном внедрении новейших достижений в области технологий, совершенствовании бизнес-процессов и повышении уровня сервиса.

Развитие туристской деятельности на предприятии напрямую зависит от обеспечения безопасности туристов, от уровня защиты их жизни, здоровья, имущества.

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/
- 2 ООО «Топ Тур» [сайт]. – URL: <https://toptour.ru/visa/>
- 3 ООО «Топ Тур » [сайт]. – URL: <https://toptour.ru/contact/>
- 4 Туристические услуги, всё о туризме [сайт] - <https://studwood.ru/>
- 5 Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (посл. ред. от 28.11.2018) //СПС «Консультант плюс». – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_40241/ (дата обращения 18.05.2020).

Приложение А

Схема проезда к ООО «Топ Тур»

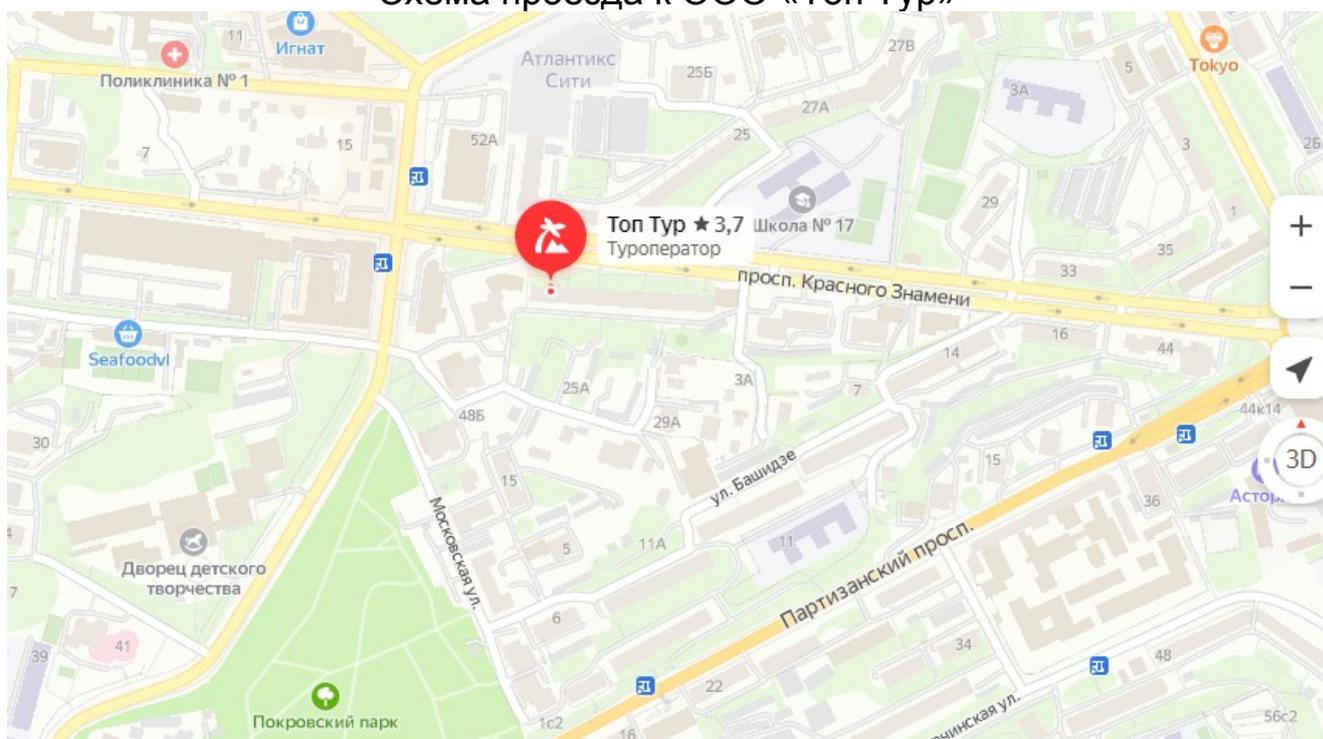


Рисунок А.1 – Схема проезда к ООО «Топ Тур»

Приложение Б

Образец туристской путевки

Утверждена Приказом Министерства
финансов Российской Федерации
от 9 июля 2007 г. N 60н

Туроператор/Турагент _____
полное и сокращенное наименования, адрес (место нахождения),
почтовый адрес, телефон, ИНН, код по ОКПО, реестровый номер – для туроператора

Код формы по ОКУД	0609706
Код вида услуг по ОКУН	061000, 061100, 061200, 061300, 061400, 061500, 061700

ТУРИСТСКАЯ ПУТЕВКА № 213831 * Серия III

Заказчик туристского продукта _____
ФИО, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность
в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства - для физ. лица,
ИНН, наименование, адрес (место нахождения), код по ОКПО - для юридического лица

Турист _____
ФИО, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность
в соответствии с законодательством Российской Федерации, место жительства

Вид туристского продукта (путешествия) _____ вид услуги по ОКУН

Единица измерения туристского продукта (путешествия) _____ количество дней на одного человека

Общая цена туристского продукта _____ сумма прописью
руб. _____ коп.

Оплачено: наличными денежными средствами _____ руб. _____ коп.,
с использованием платежной карты _____ руб. _____ коп.,
сумма прописью

Получено лицом, ответственным за совершение операции и правильность ее оформления:
_____ М.П. (штамп)
Ф.И.О., должность _____ подпись _____ дата _____

Дата осуществления расчета: " ____ " _____ 20 ____ г.

Настоящий документ является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта
от " ____ " _____ 20 ____ г. № _____

г. Новосибирск, 2010г., СБИ, ИНН/5407186439, тел. 220-23-28 з.393, л.50 х 50 х 2

Рисунок 1. Б – Образец туристской путевки