

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ЗАПАДНЫЙ ФИЛИАЛ

ОТЧЕТ

о прохождении производственной
(по профилю специальности) практики

Студента 7Т-02/о группы 2 курса

Вайткевич Ирина Сергеевна

Фамилия Имя Отчество

По специальности 43.02.10 «Туризм»

Наименование модуля: ПМ 03 «Предоставление туроператорских услуг»

Наименование организации ООО «Тропиканка»

Период прохождения практики _____

Дата сдачи: «22» июня 2021 г.

Дата защиты: «22» июня 2021 г.

Оценка _____

**Руководитель практики
от Организации:**

«22» июня 2021 г.

Шабляускене Е.В. _____

**Руководитель практики
от Филиала:**

«22» июня 2021 г.

Никитина Е.С. _____

М.П.

Калининград, 2021

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при
ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ЗАПАДНЫЙ ФИЛИАЛ

ДНЕВНИК
прохождения учебной практики

Студента 7 Т- 02/о группы 2 курса

Вайткевич Ирины Сергеевны

Фамилия Имя Отчество

Поспециальности 43.02.10 Туризм

Наименование модуля ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг

Наименование организации турфирма ООО «Тропиканка»

Период прохождения практики с 26.03.2021 г. - 22.06.2021г.

Руководитель практики
от образовательной организации

Подпись

ФамилияИ.О.

Руководитель практики
от организации

Подпись

ФамилияИ.О.

М.П.

Калининград

Аттестационный лист

Вайткевич Ирина Сергеевна

ФИО студента

обучающийся на 2 курсе по специальности 43.02.10 «Туризм»

успешно прошел(ла) производственную (по профилю специальности) практику по профессиональному модулю: ПМ 03 «Предоставление туроператорских услуг»

в объеме 216 час. с «26»марта2021 г. по «22»июня 2021г.

на базе _____

Сформированные умения, компетенции (общие(ОК), профессиональные (ПК)), практический опыт, трудовые функции (ТФ) и уровень их освоения

Виды профессиональной деятельности и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ и уровень их освоения (освоил/не освоил)
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	освоил
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	освоил
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	освоил
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	освоил
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	освоил
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	освоил
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	освоил
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	освоил
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	освоил
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.	освоил
ПК 3.2 Формировать туристский продукт.	освоил
ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта	освоил
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.	освоил
ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.	освоил

Дата «22» июня 2021г.

Подпись руководителя практики (от Филиала) _____ / Никитина Е.С.

Подпись ответственного лица организации (базы практики) _____ /
М.П.

ХАРАКТЕРИСТИКА

на студента (ку) Вайткевич Ирину Сергеевну 7Т-02/о группы 2 курса
фамилия, имя, отчество

проходившего(-ую) практику в ООО «Тропиканка»
наименование организации, структурного подразделения

по профессиональному модулю ПМ 03 «Предоставление туроператорских услуг»
с «26» марта по «22» июня 2021 г.

Количество выходов на работу _____ дней.

Пропущено _____ дней.

Программу практики выполнил _____
полностью / частично

Замечания по трудовой дисциплине: имеет / не имеет

Замечания по качеству выполненных работ: имеет / не имеет

Замечания по технике безопасности: имеет / не имеет

Общественная активность в трудовом коллективе: высокая / низкая / удовлетворительная

Замечания по поведению в трудовом коллективе: имеет / не имеет

Поощрения: не имеет / имеет за _____

Взыскания: не имеет / имеет за _____

Отношение к работе _____

Особые показатели и характеристики _____

Рекомендуемая оценка по результатам практики _____ (_____)
прописью

Руководитель практики от организации _____ / _____
подпись

«22» июня 2021 г.

М.П.

Содержание

Введение.....	7
Техника безопасности, охрана труда и пожарная безопасность.....	11
Тематический план.....	15
Отчет по каждому виду профессиональной деятельности.....	16
ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.....	16
ПК 3.2. Формировать туристский продукт.....	30
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.....	
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.....	
ПК 3.5. Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.....	
Заключение.....	
Список используемой литературы.....	

Введение

В соответствии с учебным планом была пройдена учебная практика по ПМ.02 Предоставление услуг по сопровождению туристов в ООО «Тропиканка».

«Тропиканка» – общество с ограниченной ответственностью.

ООО «Тропинканка» располагается по адресу Калининградская обл., г. Калининград, ул. Пролетарская 82 (ТД Велес; этаж 2-й, офис №1 и №2)

Турфирма ООО «Тропиканка» осуществляет свою деятельность с 2008 года на рынке туристских услуг Калининградской области.

В Едином Федеральном Реестре Туроператоров ООО «Тропинка» под номером РТО 019977

Обращаясь в туристическое агентство «Тропиканка», клиенту в первую очередь объясняют, какие услуги он приобретает и как ими воспользоваться, а также гарантии и обязательства агентства и свои права.

Для туристов, которые заинтересованы в туристических услугах внутри калининградского региона, подготовлена брошюра, в которой представлены графики экскурсий.

Практика была пройдена в должности помощника менеджера по выездному туризму. В должностные обязанности менеджера по туризму входит:

1. Консультирование клиентов по туристским продуктам и сервисам компании;
2. Подбор и продажа индивидуальных и групповых туров;
3. Расчет стоимости туров;
4. Бронирование билетов, гостиниц;
5. Выполнение плана продаж;
6. Анализ рынка туристских услуг, развитие направлений, разработка новых туров;
7. Подготовка и оформление документов (визы, загранпаспорта, страховка и т.п.);
8. Заключение договоров;
9. Взаимодействие с туроператорами и турагентами;
10. Работа с рекламациями.

Основные виды деятельности турфирмы:

- 1) По выездному туризму:
 - Туры на Мальдивы
 - Туры в Турцию;

- Туры в Грецию;
- Туры на Кубу;
- Туры в Занзибар;
- Туры на Сейшелы;
- Туры в Египет;

2) По въездному туризму:

- Туры по России;
- Туры по Калининградской области;
- Туры в Калининграде;
- Экскурсии в Калининграде;

Организационная структура предприятия:

1. Экскурсионный отдел:

- прием и обслуживание посетителей;
- разработка, организация и проведение экскурсионных программ;

2. Отдел по приёму российских и иностранных туристов в Калининградскую область;

3. Визовый отдел;

4. Отдел продаж;

Всего в туристской фирме ООО «Тропиканка» работают 2 человека.

В офисе имеются 3 рабочих места и место для ожидающих клиентов (диван, столик с конфетами, вешалка для одежды), а также стенд с большим количеством журналов и брошюр фирмы.

Рабочее место менеджера по туризму оснащено мебелью для осуществления трудовой деятельности. На столе располагается компьютер с выходом в Интернет, рабочий телефон, канцелярия и документация, а также принтер для печати документов.

Клуб Путешествий "Тропиканка" работает по агентским договорам со следующими туроператорами:

- ООО «Пегас Спб», Агентский договор №2605 От 01.01.2016 г.
- ООО «Санмар Тур», Договор № А-20673 от 04.03.2011г.
- ООО «Анекс Регионы», Субагентский договор реализации туристского продукта №__/А3-11
- ООО «Библио-Глобус Оператор», Агентский договор №39/14-КГД От 26.02.2014г.
- ООО «Анюта», Субагентский договор №1384 От 01.06.2012г.
- ООО «Корал Тревел», Договор № А-14224/6 От 28.04.2010г.

- ООО «Музенидис Трэвел», Агентский договор на реализацию туристского продукта №АДТ/09-1603 От 20.07.2009г.
- ООО «Нордлайн», Договор №359-12 От 07.02.2012г.
- ООО «Мик-Авиа», Субагентский договор №94/14/Н От 01.04.2014г.
- ООО «Ванд Интур», Агентский договор № NZ-452-784 От 22.03.2014г.
- ООО «Ванд Вояж», Агентский договор № WZ-452-977 От 22.03.2014г.
- ООО «Астравел», Агентский договор № 22365 От 15.01.2013г.
- ООО «Поляр Тур», Договор № 24568 От 23.12.2011г.
- ООО «Тройка Холдинг», Договор реализации туристского продукта № 010610/1025 От 01.06.2010г.
- ООО «Туроператор Ай Ти эМ групп-Центр», Договор комиссионный №05/2102-НЕС ОТ 21.02.2011г.
- ООО «Ай Си Эс Треввел Групп», Агентский договор № RA 7242 От 02.02.2012г.
- ООО «Треввел Систем Богемия», Агентский договор № 0211221 От 21.12.2010г.
- ЗАО «Клуб Русский Экспресс», Агентский Договор № 009910 От 01.06.2010г.
- ООО «Интрэвел Столешники», Агентский договор № 106009445АГ От 01.11.2011г.
- ООО «Вест Треввел», Договор № М 3133/06 От 14.06.2013г.
- ООО «Грансаэро Турс Центр», Агентский договор №293113/АД От 07.02.2013г.
- ООО «КМП Групп», Агентский договор От 01.03.2009г.
- ООО «Атлантис Лайн Морские Круизы», Агентский договор на реализацию морских круизов № А/800121/05/11 АЛ-МК От 12.05.2011г.
- ООО "Интур", Договор № 28/10 от 28.10.2014г.
- ООО "Ваш гид", Агентский договор от 18.05.2015г.
- ООО"Арабелла", Агентский договор от 30.05.2014г.
- ООО "Дилижанс",Агентский догор № 16/ТА/14 от 09.01.2014г.
- ООО "Септима", Агентский договор от 12.01.2015г.
- ООО " Калининград тур", Агентский догор №2/11/14 от 10.11.2014г.
- ООО "Оникс-Тур", Агентское соглашение от 01.04.2013г.

- ООО "Туристическая фирма "Атури", Агентский договор № 23 от 07.05.2015г.

- ООО "Регион-Сервис", Агентский договор от 28.08.2014г.
- ООО "Висмант", Агентский договор от 01.06.2011г.
- ООО "Фортуна", Договор от 01.01.2014г.
- ООО "Бон Вояж", Агентское соглашение №41 от 11.12.2014г.
- ООО "Королевец", Договор от 18.08.2011г.
- ООО "Юнона", Агентский договор от 01.12.2014г.
- ООО "Богемия Тур", Договор от 11.03.2015г.
- ООО "Бон Шанс Тур", Агентский договор № 10/12 от 18.12.2014г.
- ООО "Балтик Экзотик", Агентский договор от 10.12.2010г.
- ООО "Калининградское бюро путешествий", Агентский договор №122/09А

от 27.07.2009г.

- ООО "Дэдди", Договор от 12.01.2015г.
- ООО "Турсервис ВЗ", Договор № 7/14 от 01.10.2014г.
- ООО ТБ "Евроконтакт", Агентский договор от 15.06.2010г.
- Агентский договор от 14.07.2011г.
- ООО "Ника Тур", Агентский договор от 01.12.2014г.
- ООО "Альянс/ООО"Абрикос", Субагентский договор 01.01.2014г.
- ООО "Эксепт", Агентский договор от 01.04.2014г.
- ООО "Альянс"/"Бизнес Тревел", Субагентский договор от 08.07.2013г.
- ООО "СВ-Вояж", Договор от 01.12.2014г.
- ООО "Янк тур", Договор от 14.01.2011г.

Техника безопасности, охрана труда и пожарная безопасность

Охрана труда и безопасности жизнедеятельности сотрудников в ООО «Тропиканка» осуществляется на основе типового положения «Про порядок проведения обучения и проверки здания по вопросам охраны труда» от 09.09.2009.

В соответствии с данным постановлением в турфирме проходят следующие виды инструктажа:

- вводный и первичный (для вновь принимаемых на работу сотрудников);
- повторный (для всех сотрудников не реже одного раза в шесть месяцев);
- внеплановый (при изменении условий труда или изменений законодательных актов);
- целевой(при выполнении разовых работ).

Инструктаж проводится путем изучения сотрудниками специально разработанных инструкций по охране труда, включает в себя ознакомление работников с имеющимися опасными или вредными производственными факторами, изучение требований охраны труда, содержащихся в локальных нормативных актах организации, инструкциях по охране труда, технической, эксплуатационной документации, а также применение безопасных методов и работ.

Инструктаж завершается устной проверкой приобретенных работником знаний и навыков безопасных приемов работы лицом, проводившим инструктаж. Проведение всех видов инструктажей регистрируется в соответствующих журналах.

Также охрана труда и безопасность жизнедеятельности экскурсовода и экскурсантов осуществляется на основании «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов». Турфирма сертифицирована по предоставлению туристских услуг.

В ООО «Тропиканка» на основании договора аренды технику безопасности осуществляет арендодатель, выполняются нормы по охране труда согласно следующим нормативным документам: «Общие санитарно – гигиеничные требования к воздуху рабочей зоны» - ГОСТ 12.1005 – 88 с изменениями и дополнениями.

СанПиН 2.2.44548 – 96 с изменениями и дополнениями «Гигиенические требования к микроклимату в производственном помещении».

Эргономика рабочего места направлена на сохранение здоровья сотрудников. Режим труда и отдыха соответствует регламентированным нормам.

Пожарная безопасность обеспечивается системой предотвращения пожара и системой пожарной защиты. В офисе турфирмы имеется «План эвакуации людей при пожаре», регламентирующий действия персонала и посетителей в случае возникновения очага возгорания, и указывающий места расположения пожарной техники и оборудования.

Также в здании, где находится турфирма, имеются запасные выходы на улицу. Ответственное лицо за пожарную безопасность доводит до работников правила пожарной безопасности (инструктаж), отвечает за пожарно–профилактическую работу, контролирует соблюдение действующих правил и норм.

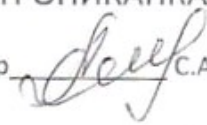
Вывод. Таким образом, охрана труда безопасности жизнедеятельности в ООО «Тропиканка» соответствует всем представленным в данной части ГОСТам и СанПиНам, персонал турфирмы обучен действиям в чрезвычайных ситуациях.

ПРАВИЛА ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

г.Калининград

КП "ТРОПИКАНКА"

Утверждаю

Директор  С.А.Аксенова

09.01.2014

1. На территории Турагенства курить, зажигать спички или допускать другой вид открытого источника огня в неразрешенных местах запрещается. Курение и применение открытого огня допускается только в специально отведенных для этих целей местах.

2. На территории и в помещениях Турагенства запрещается:

использовать пожарный инвентарь не по назначению,

пользоваться временной и технически неисправной электропроводкой и электрооборудованием.

3. Подходы к пожарным щитам и огнетушителям должны быть свободными.

4. При загорании электропроводов необходимо в первую очередь выключить рубильник, обесточить линию и вызвать пожарную охрану.

5. Нельзя тушить электропровода, находящиеся под напряжением, водой или пенным огнетушителем. Электропровода можно тушить углекислотными огнетушителями и сухим песком.

6. В случае возникновения пожара все работники обязаны:

вызвать пожарную охрану по тел. 01;

отключить или остановить оборудование;

применить все имеющиеся средства пожаротушения;

принять меры по эвакуации людей, горючих веществ, финансово-хозяйственной и иной документации и материальных ценностей.

Ответственным за противопожарное состояние в кабинете №2 назначить:

Сршего менеджера по продажам Борсукову Л.Н.

КЛУБ ПУТЕШЕСТВИЙ
ТРОПИКАНКА

Тематический план

Наименование работ (вид деятельности)	Кол-во часов
<p>ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить потребности потенциальных туристов на туры и туристские программ; - определить целевые аудитории турфирмы; - разработать план, анкету для проведения опроса; - провести маркетинговые исследования в турфирме методом опроса; - представить результаты в виде диаграмм, описания полученных качества; - представить выводы и рекомендации по проведенному исследованию; - разработать предложения турпродуктов по полученным результатам 	45
<p>ПК 3.2. Формировать туристский продукт</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить основные этапы планирования тура. - изучить технологию составление программ. - изучить технологию разработки маршрутов и формирование турпродуктов - участвовать в разработке методико-технологической документации туристского путешествия; - составить технологическую карту, паспорт маршрута, информационный листок путешествия 	36
<p>ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания расчеты и составление калькуляции туристского путешествия; - изучить расчеты и составление калькуляции с предприятиями, оказывающие туристские услуги (гостиницы, предприятия питания, транспорт и др.); - изучить определение цены туристской путевки и цены туродня; - рассчитать себестоимости турпродукта и расчет цены турпродукта и дохода от его реализации; - оценить экономической эффективности турпродукта 	36
<p>ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проанализировать рекламно-информационные издания по турам данного туроператора (фото, скрины приложить) - Описать взаимодействие с поставщиками услуг: гостиницами, предприятиями питания, транспортными предприятиями, фирмами и компаниями, экскурсионными фирмами, музеями, выставочными залами, парками и прочими фирмами, оказывающими различные бытовые услуги, администрацией спортивных сооружений, менеджерами шоу, кино, видео, театральными предприятиями, дирекциями заповедников, охотничьих и рыболовных хозяйств - участвовать в продаже дополнительных услуг услуги - составить договорную документацию с турагентами по реализации турпродукта; - создать базы данных туристских путешествий в заданной дестинации; 	54

<ul style="list-style-type: none"> - содействие в формировании пакета документов для клиентов (туристская путевка, ваучер, доверенности на детей); - содействие в паспортно-визовой поддержке туристов; - описать взаимодействие туроператора и турагента - описать взаимодействие с турагентами по реализации турпродукта. - описать правила расчета с турагентами и методика их поощрения - Описать агентскую сеть туроператора. 	
<p>ПК 3.5.Организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Проанализировать и описать рекламные материалы туристского рынка (фото, скрины приложить) - изучить специализированные туристские сайты и порталы и определение возможности их использования в туристской деятельности (фото, скрины приложить); - Участвовать в презентации туристских продуктов; - Разработать рекламные материалы (буклет, календарь) для определенного тура - Описать мероприятия по стимулированию сбыта туристского продукта (привести конкретные примеры); - Разработать мероприятия по стимулированию сбыта туристского продукта (бонусно-накопительные карты для постоянных клиентов, подарки и призы, проведение лотереи и др.). 	45
<p>Всего часов</p>	216

Отчет по каждому виду профессиональной деятельности

ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

Ниже приведено исследование с помощью анкеты, разработанной во время прохождения практики, которое помогло определить целевую группу туристской фирмы и изучить потребности туристов на предоставляемые туры и туристские услуги в целом. В опросе приняло участие 15 респондентов. Анкетирование проводилось благодаря клиентам турфирмы.

Анкета представлена в Приложении 1.

С результатами данного исследования можно ознакомиться ниже.

Таблица 1 – Источники информации

Источники информации	Количество человек	Количество человек в %
Журналы/Газеты	1	7%
Наружная реклама (щиты)	2	13%
Советы друзей, знакомых	2	13%
Социальные сети	10	67%
Итого	15	100%



Рисунок 1 – Источники информации

По результатам телефонного опроса об источниках информации видно, что при выборе туристской фирмы 10 респондентов, что составляет 67% , выбрали социальные сети, 2 респондента, что составляет 13%, выбрали наружную рекламу, 2 респондента, что

составляет 13%, выбрали советы друзей, знакомых и 1 респондент, что составляет 7% , выбрал журналы/газеты.

Вследствие чего можно сделать вывод, что большинство респондентов получили информацию о туристской фирме благодаря социальным сетям - 67%, то есть 10 человек.

Теперь узнаем, как часто опрашиваемые респонденты пользуются услугами данной туристской фирмой.

Таблица 2 – Использование услуг данной туристской фирмы

Использование услуг данной туристской фирмы:	Количество человек	Количество человек в %
Первый раз	3	20%
Постоянно	5	33%
Иногда	6	40%
Редко	1	7%
Итого	15	100%

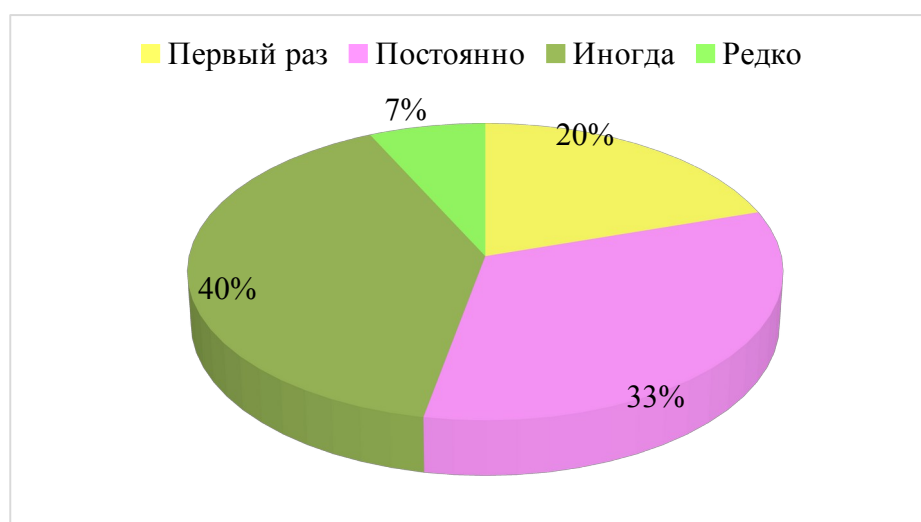


Рисунок 2 – Использование услуг данной туристской фирмы

По использованию услуг данной туристской фирмы из 15 опрошенных респондентов «иногда» отметили - 40%, что составляет 6 человек, «постоянно» отметили - 33%, что составляет 5 человек, «первый раз» отметили - 20%, что составляет 3 человека, «редко» отметили - 7%, что составляет 1 человек.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 опрошенных респондентов - 40%, то есть 6 человек иногда пользуются услугами данной турфирмы.

Далее узнаем, сколько времени заняло оформление тура.

Таблица 3 – Оформление тура по времени

Сколько времени заняло оформление тура	Количество человек	Количество человек в %
Меньше часа	5	33,3%
Час	5	33,3%
Полтора часа	5	33,4%
Более полутора часов	0	0%
Итого	15	100%



Рисунок 3 – Оформление тура по времени

По оформлению тура по времени из 15 респондентов ответили, что оформление тура занимает «меньше часа», «час» и «полтора часа», что составляет - 33%, по 5 человек в каждой категории, «более полутора часов» отметили - 0%, то есть за данный ответ ни один человек не проголосовал.

Вследствие чего можно сделать вывод, что оформление тура занимает меньше часа -33%, час - 33% и полтора часа - 33%, а это составляет по 5 человек в каждой категории.

Далее рассмотрим, какая услуга турфирмы наиболее значима для клиента.

Таблица 4 –Значимая услуга для клиента

Наиболее значимая услуга в турфирме для клиента	Количество человек	Количество человек в %
---	--------------------	------------------------

Местоположение	2	13%
Широкий ассортимент туров	4	27%
Качественное обслуживание	5	33%
Быстрое обслуживание	4	27%
Предоставление скидок постоянным клиентам	0	0%
Итого	15	100%



Рисунок 4 – Значимая услуга для клиента

По значимой услуге, опрошенные 15 респондентов отметили «качественное обслуживание» - 33%, что составляет 5 человек, «быстрое обслуживание» и «широкий ассортимент туров» отметили по - 27%, что составляет по 4 человека в каждом критерии, а также «местоположение» отметили-13%, что составляет 2 человека и «предоставление скидок постоянным клиентом» отметили - 0%, то есть ни один человек не выбрал данный вариант.

Вследствие чего можно сделать вывод, что 33% выбирают значимой услугой качественное обслуживание, что составляют 5 человек.

Далее рассмотрим, как часто ли клиенты путешествуют.

Таблица 5 –Как часто клиент путешествует

Часто ли Вы путешествуете?	Количество человек	Количество человек в %
Часто	8	46%
Раз в год	4	27%
Несколько раз в год	3	20%
Редко	1	7%
Итого	15	100%

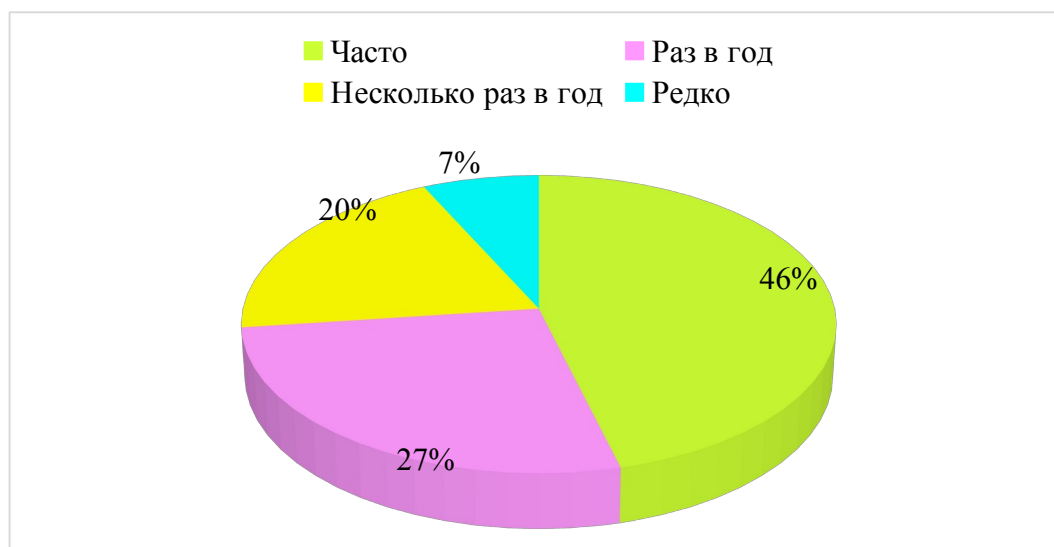


Рисунок 5 – Как часто клиент путешествует

По опросу 15 респондентов о частоте их путешествий ответили «часто» - 47%, что составляет 8 человек, ответили «раз в год» - 27% , то есть 4 человека, ответили «несколько раз в год» - 20% , то есть 3 человека и ответили «редко» - 7% , то есть 1.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из опрошенных респондентов - 47%, что составляет 8 человек, ответили, что путешествуют часто.

Далее рассмотрим, порекомендовали бы клиенты нашу турфирму своим знакомым/друзьям.

Таблица 6 –Рекомендация турфирмы друзьям

Порекомендовали бы Вы нас своим друзьям/знакомым?	Количество человек	Количество человек в %
Да	12	80%
Возможно	3	20%

Не могу ответить	0	0%
Нет	0	0%
Итого	15	100%



Рисунок 6 –Рекомендация турфирмы друзьям

Опрошенные респонденты ответили «да» - 80%, что составляет 12 человек, ответили «возможно» - 20 %, что составляет 3 человека, ответили «не могу ответить» и «нет» по 0% в каждой категории, то есть ни один из респондентов не выбрали данные варианты ответов.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 прошедших анкету людей - 80%, то есть 12 человек, порекомендовали бы турфирму своим знакомым.

Далее рассмотрим, довольны ли клиенты обслуживанием в турфирме.

Таблица 7 – Обслуживание в турфирме

Довольны ли Вы обслуживанием в нашей турфирме?	Количество человек	Количество человек в %
Да	14	93%
Частично	1	7%
Затрудняюсь ответить	0	0%
Нет	0	0%
Итого	15	100%



Рисунок 7 – Обслуживание в турфирме

Опрошенные респонденты ответили «да» - 93%, что составляет 14 человек, ответили «частично» - 7 %, что составляет 1 человек, ответили «затрудняюсь ответить» и «нет» по 0% в каждой категории, то есть ни один из респондентов не выбрали данные варианты ответов.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 респондентов - 93%, 14 человек довольны обслуживанием в турфирме.

Далее рассмотрим, почему клиент решил приобрести тур именно в турфирме «Тропиканка».

Таблица 8 – Почему тур приобретен именно в данной турфирме

Почему Вы решили приобрести тур именно в турфирме «Тропиканка»?	Количество человек	Количество человек в %
Индивидуальный подход	3	20%
Надежность турфирмы	2	13%
Широкий выбор туров	1	7%
Профессионализм работников	6	40%
Подходящий уровень цен	3	20%
Итого	15	100%



Рисунок 8 – Почему тур приобретен именно в данной турфирме

Опрошенные респонденты выбрали «профессионализм работников» - 40%, что составляет 6 человек, ответили «индивидуальный подход» и «подходящий уровень цен» - по 20%, что составляет по 3 человека в каждой категории, ответили «надежность турфирмы» - 13%, что составляет 2 человека, ответили «широкий выбор туров» - 7%, что составляет 1 человек.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 опрошенных респондентов, 40% выбрали «профессионализм работников», что составляет 6 человек.

Далее рассмотрим гендерный состав респондентов.

Таблица 9 –Гендерный состав

Пол	Количество человек	Количество человек в %
Мужской	6	40%
Женский	9	60%
Итого	15	100%

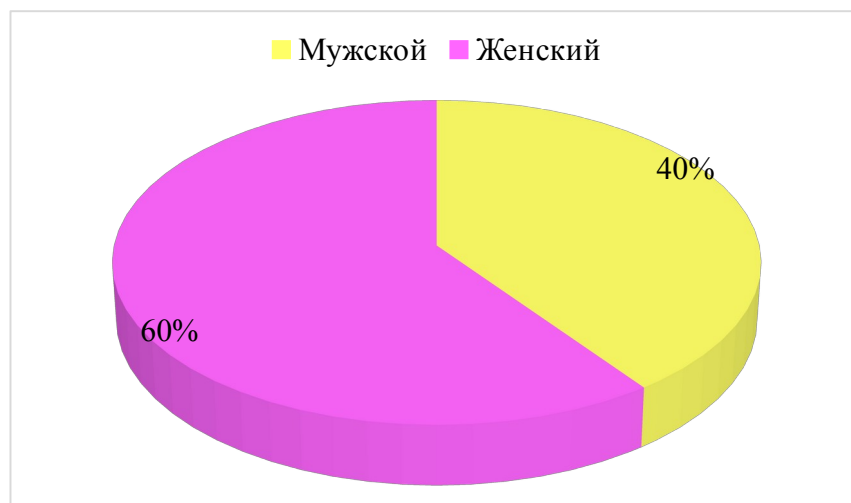


Рисунок 9 – Гендерный состав

По гендерному составу получились следующие результаты: 60% опрошенных респондентов являются женщинами, что составляет 9 человек, а 40% являются мужчинами, что составляет 6 человек.

Вследствие чего большинство опрошенных респондентов с результатом 60% - женщины.

Далее рассмотрим возрастной состав респондентов.

Таблица 10 – Возрастной состав

Ваш возраст	Количество человек	Количество человек в %
До 20 лет	5	33%
21-30 лет	4	27%
31-40 лет	3	20%
41-50 лет	2	13%
60 и старше	1	7%
Итого	15	100%

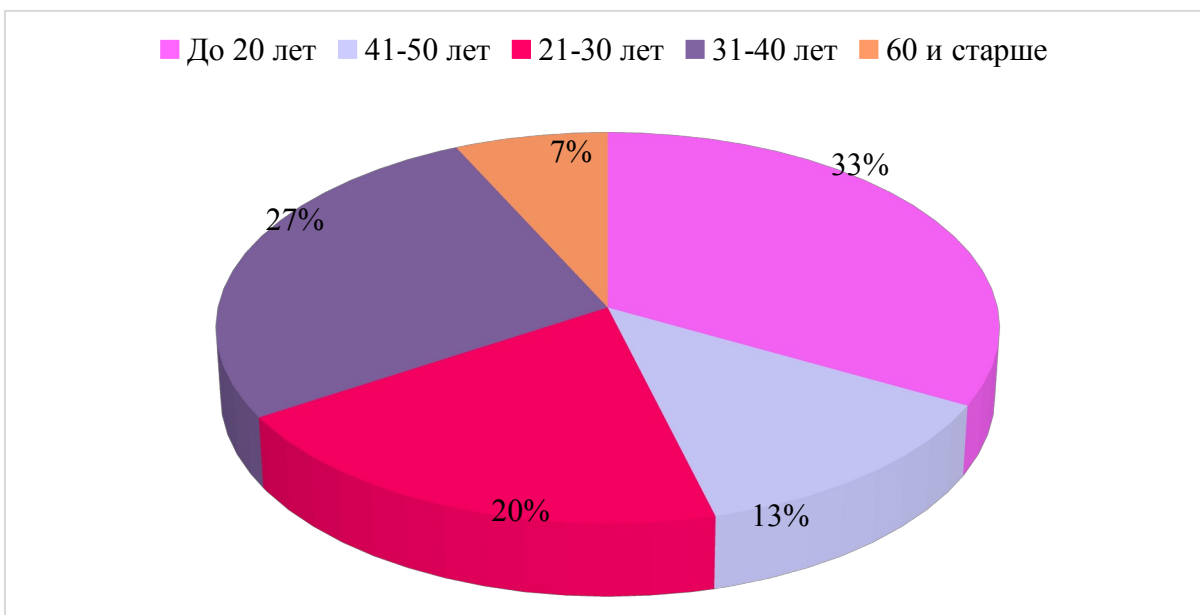


Рисунок 10 – Возрастной состав

По возрастному составу получились следующие результаты: 33% - до 20 лет, что составляет 5 человек, 20% - 21-30 лет, что составляет 3 человека, 20% - 31-40 лет, что составляет 3 человека, 13% - 41-50 лет, что составляет 2 человека, 7% - 60 и старше, что составляет 1 человек.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 опрошенных респондентов большей частью являются люди до 20 лет с результатом в - 33%.

Далее рассмотрим доход на человека.

Таблица 11 – Доход на человека

Доход на человека	Количество человек	Количество человека %
Низкий (до 10 тыс.)	0	0%
Ниже среднего (11-25 тыс.)	3	20%
Средний (26-40 тыс.)	2	13%
Выше среднего (41-50 тыс.)	2	13%
Высокий (более 50 тыс.)	8	54%
Итого	15	100%

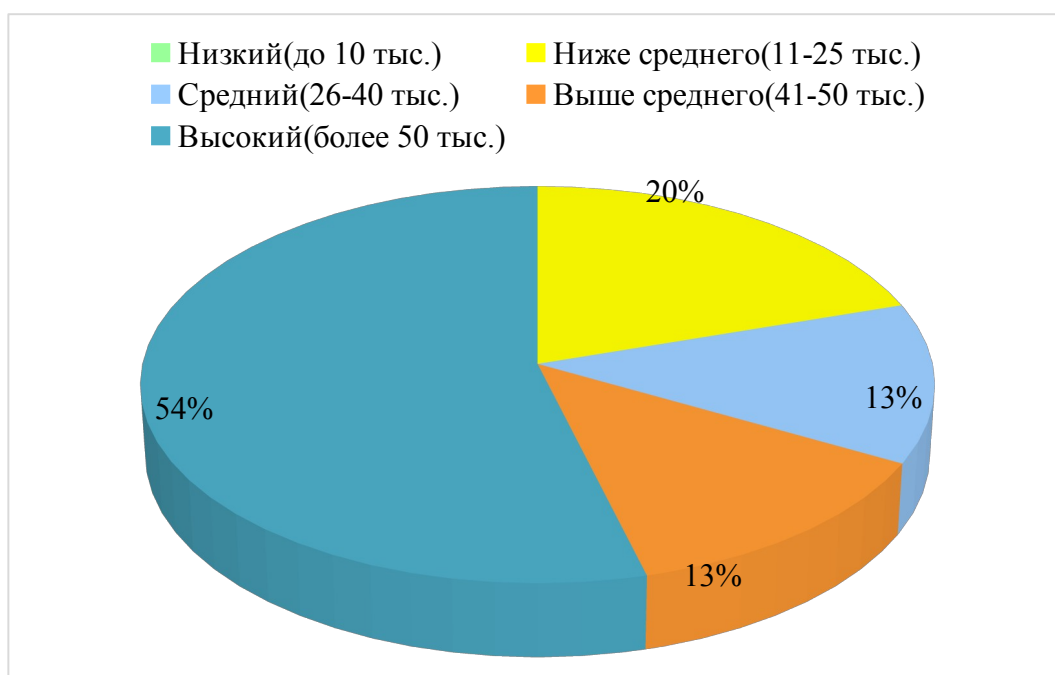


Рисунок 11 – Доход на человека

Опрошенные респонденты отметили доход «высокий» - 54%, то есть 8 человек, отметили доход «ниже среднего» -20 %, то есть 3 человека, отметили «выше среднего» и «средний» - по 13%, то есть по 2 человека из каждой группы, отметили «низкий» - 0%, то есть ни один из клиентов не отметил данный ответ.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 опрошенных респондентов имеют высокий заработок -54%, что составляет 8 человек.

В конце анализа исследования рассмотрим оценку услуг, предоставляемые турфирмой.

Таблица 12 – Оценка услуг

Доход на человека	Количество человек	Количество человека %
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	1	7%
5	14	93%
Итого	15	100%

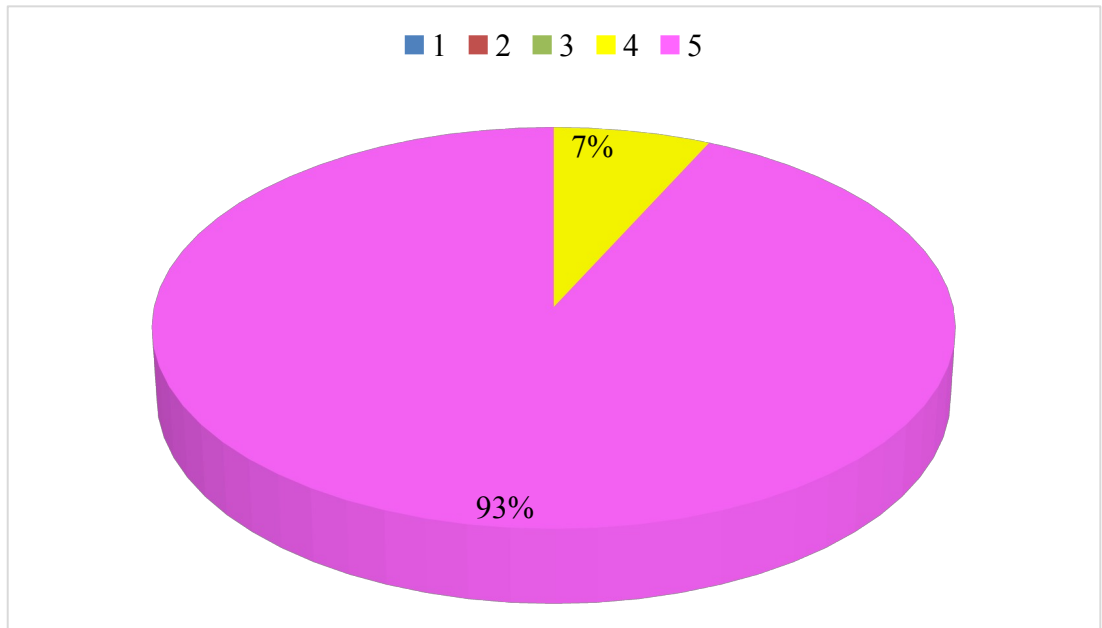


Рисунок 12 – Оценка услуг

Опрошенные респонденты отметили оценку услуг «5» - 93%, то есть 14 человек, отметили «4» -7 %, то есть 1 человека, отметили «1», «2», «3» - по 0%, то есть ни один из клиентов не отметил данный ответ.

Вследствие чего можно сделать вывод, что из 15 опрошенных респондентов отметили «5» - 93%, что составляет 14 человек.

Вывод

Таким образом, была проведена обработка, оценка и анализ полученных данных из исследования об удовлетворении клиентов качеством предоставляемых услуг в турфирме ООО «Тропиканка» через телефонное анкетирование.

Важнейшая задача для туристской фирмы состоит в том, чтобы удовлетворить потребности клиента. Высокое качество обслуживания клиентов обеспечивается общими усилиями специалистов всех служб турфирмы, постоянным контролем со стороны руководства, изучением мнения клиентов, расширением ассортимента услуг. От того доволен ли клиент взаимодействием с компанией и насколько, зависит, будет ли он совершать повторные покупки у данной компании, то есть, сколько в конечном итоге, денег он принесет компании, и будет ли приносить их впредь. Удовлетворить нужды и потребности клиента и, тем самым, сохранить его – значительно дешевле, чем привлечь новых клиентов. В ходе опроса мы выявили, что большое количество людей пользуются услугами данной турфирмы не так часто, значит, необходимо сделать больший уклон на рекламу. Так же большинство респондентов отметили, что для них очень значимо качество обслуживания, значит, стоит повышать квалификацию работников.

Подводя итог всему изложенному, можно сказать, что высокое качество обслуживания привлекает постоянных, лояльных к фирме потребителей и приносит ей добрую славу. В любой организации необходимо определять удовлетворенность потребителей. Это важный фактор в решении клиента воспользоваться услугами фирмы. Качество определяет степень удовлетворения клиента, которое воздействует на его решение повторно обратиться за услугами и поддерживает хорошее мнение общественности.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

Для расчета стоимости туристского продукта был выбран тур «Романтическая Прага».

Длительность тура в Англию: 6 дней

Вид отдыха: Автобусный тур

Выезд: из Калининграда

Стоимость тура в Прагу из Калининграда: 170 € + пакет экскурсий 60 €

Турпакет включает в себя: экскурсию по Праге и прогулку по Дрездену

При пересчете Евро в рубли используется курс ЦБ России на день оплаты, увеличенный на 3%.

Программа тура представлена в Приложении №3

Расчет туристского продукта "Романтическая Прага" (на группу из 10 человек)

1. Микроавтобус туристского класса

№	Переезд	Стоимость на человека	Стоимость на группу
1	Калининград – Польша – Прага – Польша – Калининград	60€	600€
	Итого:	60	600

2. Питание

	Наименование	Стоимость на группу
	Входит в стоимость проживания	-
		-
	Итого:	-

3. Проживание в отеле

№		На человека	На группу
1	COSMOPOLITAN Hotel Prague (на 5 суток, 5 двухместных номеров)	42,5€	425€
2	Nevada (сутки, 5 двухместных номеров)	15€	150€
	Итого:	57,5	575

4. Экскурсионное обслуживание

№	Экскурсия	На человека	На группу
1	На корабле по реке Влатва	13€	130€
2	«Мистическая Прага»	15€	150€
3	Карловы Вары	45€	450€

4	Средневековый Крумлов	50€	500€
5	Экстракционная поездка в Майсен	20€	200€
6	Саксонская Швейцария	15€	150€
	Итого:	158	1580

5. Стоимость тура

№	Наименование		На человека	На группу
1.	Прямые затраты: Транспорт+ Проживание+Экскурсии		275,5	2755
2.	Косвенные затраты:	5%	13,8	137,8
3.	Прибыль туристского предприятия	10 %	27,5	275,5
	Итого:		316,8	3168,3

Стоимость тура с учетом прибыли составляет на группу из 10 человек – 3168,3 евро.

Стоимость тура на 1 человека: $3168,3:10 = 316,8$ евро (или 28965 руб.)

В стоимость тура в Прагу из Калининграда включено:

- Завтрак и ужин
- Сопровождение на протяжении всего маршрута
- Транспорт
- Проживание в отеле эконом – класса (размещение двухместное)

В стоимость тура в Прагу НЕ включено:

- Виза (80€)
- Медицинская страховка
- Все входные билеты
- По желанию: выбор места в микроавтобусе (15€)

Заключение

Прохождение практики является важной деталью при подготовке будущего специалиста. Практика дает возможность студенту применить полученные в процессе обучения знания, умения и навыки на практике.

За время прохождения практики в туристской фирме «Тропиканка» я подробно ознакомилась с взаимодействием туроператора и турагента по продвижению турпродукта, приобрела первоначальный практический опыт по профессиональной деятельности для последующего освоения профессионального опыта по данной специальности, а также научилась формировать туристский продукт, с расчётом его стоимости.

За основу я выбрала два представленных выше тура, поскольку работала с разными направлениями и видами экскурсий и туров. Данная практика позволила расширить уже имеющиеся знания и развить к туристской сфере интерес, тем самым показывая правильность в выборе профессии.

После прохождения практики появился опыт работы с людьми, документами, с формированием турпродукта, его расчета и продвижения, которые помогут мне в дальнейшем при работе в выбранной мною туристской фирме.

Уважаемые клиенты!

Турфирма «Тропиканка» проводит анкетирование, с целью оценки качества предоставляемых услуг. Мы стремимся совершенствовать нашу работу, обслуживание наших клиентов и поэтому Ваше мнение очень важно для нас. Мы просим Вас ответить на вопросы нашей анкеты. Анкеты заполняются сотрудниками фирмы через телефонный звонок.

Правила заполнения анкеты.

Вам будет предложено несколько вопросов, выберите вариант ответа, наиболее соответствующий вашему мнению.

Из какого источника Вы узнали о туристической фирме "Медтурс":

А. Реклама в журнале

Пожалуйста, подчеркните в каком именно: «Туристские фирмы», «Туризм и отдых», «Туризм», «Туринфо», «Отдых и путешествия», «Гео», «Вокруг света», другой _____

В. Наружная реклама (щиты);

С. Советы друзей, знакомых;

Д. Интернет;

Е. Другое (пожалуйста, уточните)

Из какого источника Вы узнали о туристической фирме "Медтурс":

А. Реклама в журнале

Пожалуйста, подчеркните в каком именно: «Туристские фирмы», «Туризм и отдых», «Туризм», «Туринфо», «Отдых и путешествия», «Гео», «Вокруг света», другой _____

В. Наружная реклама (щиты);

С. Советы друзей, знакомых;

Д. Интернет;

Е. Другое (пожалуйста, уточните)

1) Из какого источника Вы узнали о туристской фирме "Тропиканка":

- Журналы/газеты
- Наружная реклама (щиты)
- Советы друзей, знакомых
- Социальные сети

2) Вы пользуетесь услугами данной туристской фирмы:

- Первый раз
- Постоянно
- Иногда
- Редко

3) Как долго заняло у Вас оформление тура:

- Меньше часа
- Час
- Полтора часа
- Более полутора часов

4) Какая из услуг турфирмы является наиболее значимой для Вас?

- Местоположение
- Широкий ассортимент туров
- Качественное обслуживание
- Быстрое обслуживание
- Предоставление скидок постоянным клиентам

5) Часто ли Вы путешествуете?

- Часто
- Раз в год
- Несколько раз в год
- Редко

6) Вы бы порекомендовали нас друзьям/знакомым?

- Да
- Возможно
- Не могу дать точный ответ
- Нет

7) Довольны ли Вы обслуживанием данной турфирмы?

- Да
- Частично
- Затрудняюсь ответить
- Нет

8) Почему Вы решили приобрести тур именно в турфирме «Тропиканка»?

- Индивидуальный подход
- Надежность фирмы
- Широкий выбор туров
- Профессионализм работников
- Подходящий уровень цен

9) Укажите Ваш пол:

- Мужской
- Женский

10) **Ваш возраст:**

- До 20 лет
- 21 – 30 лет
- 31 – 40 лет
- 41 – 50 лет
- 60 и старше

11) **Доход на человека:**

- Низкий (до 10 тыс.)
- Ниже среднего (11 – 21 тыс.)
- Средний (26 – 40 тыс.)
- Выше среднего (41 – 50 тыс.)
- Высокий (более 51 тыс.)

12) **Как бы Вы оценили услуги турфирмы «Тропиканка»?**

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Программа тура «Романтическая Прага» из Калининграда

1 день	<p>Выезд из Калининграда. Транзит на территории Польши и Германии.</p> <p>По пути посещение национального парка Саксонская Швейцария — скалы Бастай.</p> <p>Позднее прибытие в Прагу.</p> <p>Размещение и ночь в отеле.</p>
2 день	<p>Завтрак.</p> <p>Выезд на обзорную экскурсию по Праге, которая входит в турпакет, с осмотром достопримечательностей (Градчаны, Пражский Град, Староместская и Вацлавская площади, Карлов мост, собор Св. Вита и тд.).</p> <p>Трехчасовая экскурсия на корабле по реке Влтава с обедом — шведский стол.</p> <p>Экскурсия «Мистическая Прага».</p> <p>Самостоятельное возвращение в отель.</p> <p>Ужин.</p> <p>Ночь в отеле.</p>
3 день	<p>Завтрак.</p> <p>Экскурсионная поездка в Карловы Вары. По пути заезд в музей ювелирного промысла Чешской республики — «Bohemia Tradition». Прибытие в Карловы Вары. Обзорная экскурсия по Карловым Варам. Свободное время в Карловых Варах.</p> <p>Возвращение в Прагу.</p> <p>Свободное время в Праге.</p> <p>Ужин.</p> <p>Ночь в отеле.</p>
4 день	<p>Завтрак.</p> <p>Свободное время в Праге.</p> <p>Время посетить Чешский Крумлов — один из самых красивых и сказочных городов Чехии. Во время экскурсии Вы увидите: крумловский замок, площадь Согласия, городскую ратушу, костёл Св. Вита, плащевой мост и монастырь минаритов.</p> <p>Свободное время. Возвращение в Прагу.</p> <p>Свободное время в Праге.</p>

	<p>Ужин.</p> <p>Ночь в отеле.</p>
5 день	<p>Завтрак.</p> <p>Выселение из отеля.</p> <p>Транзит по территории Чехии и Германии.</p> <p>Прибытие в культурную столицу Германии — Дрезден .</p> <p>Обзорная прогулка (входит в турпакет) по центру города — площадь Альтмаркт, церковь Фрауэнкирхэ, Фюрстенцуг, Земпер-опера, Цвингер и др. Свободное время в Дрездене. Экскурсия в Майсен — романтичный, уютный городок, известный вкуснейшим пивом и вином.</p> <p>Туристам, планирующим посетить город Майсен, необходимо сообщить о своем желании менеджеру в офисе до начала тура.</p> <p>Прибытие в транзитный отель в Польше.</p> <p>Размещение и ночлег.</p>
6 день	<p>Завтрак.</p> <p>Выселение из отеля.</p> <p>Транзит по территории Польши.</p> <p>Прибытие в Калининград.</p>

