

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБУЧАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ
ТУРАГЕНТСТВА**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.02 Туризм*

Исполнитель:
Скарга Анастасия
Викторовна,
студент группы БТ–42

«__» _____ 201__ г.

Допущена к защите

зав. кафедрой туризма и
гостеприимства

_____ А.И. Фишелева

«__» _____ 201__ г.

Научный руководитель:
Радыгина Е.Г.,
канд. пед. наук, доц
Лыгарева Н. Б., ст. преп.

«__» _____ 201__ г.

Екатеринбург 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ	6
1.1. Понятие и виды программ повышения квалификации	6
1.2. Структура и основные этапы обучающей программы повышения квалификации	18
ГЛАВА 2. ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ТУРАГЕНСТВА	25
2.1. Характеристика турагентства «Дом Туризма»	25
2.2. Содержание обучающей программы повышения квалификации.....	32
2.3. Экономическое обоснование проекта.....	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ	62
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Анкета для сотрудников турагентства	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Географический тест	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Популярны сайты посвященные туризму	68
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Аттестационный тест	69
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Памятка для менеджеров	72
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Инструкция для менеджеров по работе в программе 1С:Турагентство	73

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день индустрия туризма и отдыха находится на стадии переориентации на внутренний рынок туризма, несмотря на неблагоприятную экономическую и политическую ситуацию в некоторых туристских дестинациях. Этот факт, обусловлен тем, что путешествия и активный отдых до сих пор продолжают оставаться неотъемлемой частью жизни современных людей.

Общество XXI века подчинено многим факторам: привязанность к определенному рабочему графику, ответственность за выполнение обязательств и, наконец, потребность в частной жизни. Все это вызывает нехватку свободного времени и, порой, некоторым людям представляется невозможным даже самостоятельно произвести подбор места проведения заслуженного отпуска. Часто такая ситуация возникает по причине нехватки времени. При возникающих сложностях или недостаточности свободного времени в выборе туристического направления, отеля, при возникновении затруднений в оформлении виз и иных документов, потенциальный турист имеет возможность проконсультироваться с менеджером по туризму. Тем самым данная ситуация объясняет популяризацию такой вакансии как «менеджера по туризму»

С каждым годом требования к претендентам на должность менеджера по туризму растут. Главным условием и преимуществом является – наличие опыта работы в качестве «менеджера по туризму», но как же получить желаемый работодателем опыт, студентам только окончивших высшие учебные заведения туристской направленности?

В г. Екатеринбурге существуют дополнительные учебные заведения, которые направлены на профессиональную и аттестационную подготовку новичков и специалистов с уже имеющимся стажем работы в сфере туризма. Окончания данных курсов предполагаю, что будущий сотрудник будет наделен необходимыми знаниями и навыками работы в сфере туризма. Но не

стоит забывать, о том, что стоимость за прохождение данных курсов варьируется от 7 000 тыс. рублей до 20 000 тыс. рублей и при этом никто не гарантирует последующее трудоустройство. Тем, кто планирует получить желаемый опыт непосредственно в самой турфирме с последующим трудоустройством предстоит прохождение обучения. Спецификой обучения во многих турфирмах является то, что будущему сотруднику необходимо ознакомиться с процессом работы в полном объеме, но при этом в ускоренном режиме (не заикливаясь на мельчайших и важных деталях, которые крайне необходимы в работе). Отсюда вытекает проблема некомпетентных специалистов. Что бы избежать возможных проблем, необходимо внедрение в турфирмы поэтапного плана обучения для будущих специалистов после окончания высших учебных заведений и менеджеров с имеющимся опытом работы.

Всё это делает **актуальной** тему выпускной квалификационной работы.

Объектом исследования являются теоретические аспекты повышения квалификации сотрудников турагентства.

Предмет исследования – разработка программы повышения квалификации.

Цель работы – совершенствование обучающей программы повышения квалификации сотрудников турагентства.

Основными задачами при написании выпускной квалификационной работы стали:

- описать сущность программ повышения квалификации;
- изучить структуру и основные этапы обучающих программ повышения квалификации;
- дать подробную характеристику турагентству «Дом туризма»;
- провести анализ обучающей программы и разработать поэтапный план и методические пособия для обучения менеджеров с опытом работы и без него на базе турфирмы «Дом туризма»

- Рассчитать затраты на организацию обучающей программы повышения квалификации для сотрудников турагентства.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка источников и литературы и приложений.

Во введение представлена актуальность выпускной квалификационной работы. В первой главе подробно рассмотрены теоретические аспекты обучения и повышения квалификации персонала. Во второй главе описано содержание обучающей программы повышения квалификации сотрудников турагентства, а так же представлено экономическое обоснование программы. В заключении представлены краткие выводы по проведенному исследованию. Для приложений используются методические материалы, разработанные автором дипломной работы, направленные на повышение квалификации сотрудников.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

1.1. Понятие и виды программ повышения квалификации

Под повышением квалификации понимается формальное и неформальное обучение, необходимое для того, чтобы штат учреждения или коллектив, задействованный в некоторой программе, был способен выполнять полный спектр своих служебных обязанностей. Такая подготовка является центральным компонентом развития организации и может включать формальное обучение, получение второго образования, перенимание опыта коллег и другие виды деятельности, ведущие к изменениям в навыках и умениях, которые затем будут использованы на практике. Повышение квалификации трудового коллектива предполагает его обучение выполнению новых задач и полноценному применению современных технологий, а также выработку профессиональной надежности и развитие имеющихся умений [10]. В ходе повышения квалификации необходимо научиться не просто выполнять работу принятым в настоящее время образом (профессиональный тренинг, направленный на выполнение конкретных задач), а постоянно изменять и совершенствовать методы работы, улучшая ее качество.

Повышение квалификации – обучение, обусловленное изменением характера и содержания труда специалистов на занимаемой должности, моральным старением знаний; это целенаправленное приобретение новых знаний и навыков, изучение передового опыта [16]. Периодическое повышение квалификации называется тренингом, в ходе, которого работники пытаются улучшить качество выполнения своих функций.

На сегодняшний день повышение квалификации подразделяют на три вида:

1. Краткосрочное повышение квалификации

Объём занятий – не менее 72 часов.

Краткосрочное повышение квалификации – это тематическое обучение по вопросам конкретного производства. Курсы повышения квалификации организуют сами работодатели, а обучение проводят высококвалифицированные работники предприятия [11]. По завершении обучения сотрудники должны сдать соответствующий экзамен, зачёт или защитить реферат.

2. Тематические и проблемные семинары

Объём занятий – от 72 до 100 часов.

Второй вид повышения квалификации направлен на ускоренное приобретение навыков, необходимых для работы в новых условиях, – это тренинги, тематические и проблемные семинары по научно–техническим, технологическим, социально–экономическим и другим проблемам, возникающим на уровне отрасли, региона, предприятия (объединения), организации или учреждения.

3. Длительное повышение квалификации

Цель длительного повышения квалификации – углублённое изучение актуальных проблем по профилю профессиональной деятельности для обновления знаний или подготовки специалистов к выполнению новых трудовых функций. Такие программы рассчитаны на людей, которые имеют определённый опыт работы и испытывают недостаток практических навыков и знаний[3].

С точки зрения А.С. Афонина, повышение квалификации – это подготовка кадров с целью усовершенствования знаний, умений и навыков в связи с повышением требований к профессии или повышением в должности [11, с. 380].

Принцип управления настоятельно требует обязательного повышения квалификации всех сотрудников, занятых в производственном процессе, независимо от занимаемой должности.

Сравнивая программы повышения квалификации в различных фирмах и специальных институтах, можно видеть, что в обязательном порядке изучается история предприятия, его принципы, стратегия.

В эпоху стремительно развивающихся технологий и повышения конкуренции организация нуждается в высококвалифицированных кадрах. Для повышения квалификации специалистов и их деловых качеств, и приобретением новых трудовых функций – организация осуществляет обучение персонала. В зависимости от конечного результата обучение проводится внутри организации или во внешних учебных заведениях [16, с. 266].

Как правило, во внешних учебных заведениях производится обучение новым или более углубленным навыкам: повышение статуса образовательного уровня, приобретения новой профессии.

Внутри организации проводят обучение при внедрении и модернизации технологий не требующие углубленных теоретических знаний, повышение квалификационных разрядов, а также при проведении обучающих мероприятий с выездом преподавателей на предприятие.

Многообразные методы обучение можно разделить на три группы:

1. методы обучения на рабочем месте;
2. методы активного обучения;
3. традиционные методы обучения.

Обучение на рабочем месте отличается своей практической направленностью, непосредственной связью с производственными функциями сотрудника, как правило, предоставляет значительные возможности для повторения и закрепления вновь изученного. Ответственность за обучение лежит на трех участниках процесса – самом сотруднике, его руководителе и тренинг – специалисте. Мировая тенденция корпоративного обучения, зародившееся еще до кризиса и усилившееся его прогрессирующим, ведет к тому, что обучение переходит непосредственно

на рабочие места, ответственность за его результаты в большей степени ложится на сотрудника и его руководителя [10].

К методам обучения на рабочем месте относятся:

Секондмент – заключается во временном переводе работника в другой отдел внутри организации. В настоящее время всё более популярна, становится отправка на стажировку в другие компании, как правило, данные командировки оплачиваются, рассчитаны на полный рабочий день, длительность до двенадцати месяцев[21].

Шэдуинг – заключается в наблюдении за процессом труда, что позволяет выявить слабые стороны в профессиональной подготовке работника и составить программу обучения направленную на их устранение [21].

Баддинг – неформальное наставничество, при включении работника в процесс деятельности другого человека происходит взаимное обучение, советы и рекомендации передаются в двухстороннем порядке, поэтому иногда данный метод называют равноправным коучингом. Применяется для поддержки сотрудника в процессе адаптации к новому рабочему месту, развития поведенческих навыков, передачи информации между служащими, повышения эффективности преобразований в компании [21].

Наставничество – обучение личным примером, целенаправленная передача профессионального опыта, практическая передача навыков от более опытного работника к менее опытному. По ходу обучения опытный ментор делится своим подходом к решению бизнес задач, на примере ситуаций из прошлого, свой подход к решению тех или иных задач.

Коучинг – схож с наставничеством, но в отличие от него основан на организации самостоятельного поиска решения проблемы с помощью коуча, без предоставления обучаемому шаблонных решений производственных ситуаций. В процессе обучения обучаемый находит именно свое решение проблемы, а коуч задает наводящие вопросы,

направляя его мышление и поиск тем самым стимулируя на самостоятельный поиск решений [21].

Инструктаж - проводится специальным инструктором или опытным сотрудником, вовремя обучения работнику разъясняются и демонстрируются приемы работы непосредственно на рабочем месте.

Стротеллинг – заключается в обучении молодых сотрудников правилам работы в компании при помощи фактов, истории организаций. Данный метод начинает работать уже в процессе подбора персонала. Интервьюер рассказывает о компании, таким образом, подготавливая нового работника к корпоративной культуре, философии, традициям компании [21].

Традиционные методы используются при передаче и закреплении самых разнообразных знаний. Многие поколения студентов учились и продолжают учиться, в основном получая знания во время лекций и семинаров, популярность данных методов показывает их достаточно высокую эффективность. К традиционным методам обучения относятся:

1) Лекции – группе обучаемых преподаватель устно передает информацию, при этом педагог может использовать наглядные средства обучения, плакаты, показ слайдов. Коммуникация в данном случае является односторонней, исключением является только ситуации, когда лектор отвечает на вопросы слушателей. Лекция не позволяет учитывать разный уровень знаний, способностей и профессионального опыта обучаемых, темп обучения определяется самостоятельно преподавателем для всей группы.

2) Семинары – обычно проводятся по окончании изучения определенной порции материала с целью проверки усвоения материала лекций, а также помочь обучающимся лучше разобраться в содержании изучаемого материала. Главное в семинаре – диалог между преподавателем и обучающимся, он позволяет с разных сторон рассмотреть материал, соотнести его с опытом и знаниями, уже имеющимися у слушателей.

Семинары проводятся в относительно небольших группах от восьми до двадцати пяти человек.

К активным методам обучения относятся:

1) Тренинги – во время тренингов идет практическая отработка умений и навыков при этом минимизированы блоки теоретического материала. Моделируются специальные ситуации для развития и закрепления у обучающихся необходимых навыков, освоения новых моделей поведения, возможное изменение отношения к собственному опыту и подходам.

2) Программирование и компьютерное обучение – сущность программированного обучения заключается в пошаговой оценке степени усвоения материала и его максимальной степени структурированности. При этом методе информация предоставляется обучаемым в виде небольших блоков в печатном либо компьютерном виде.

3) Групповые обсуждения – групповые дискуссии являются скорее дидактическим приемом, нежели методом обучения. Данный метод широко применяется в других формах обучения. Групповые дискуссии проводятся в группах от 4 до 7 человек, они широко применяются как у нас в стране так и за рубежом.

4) Деловые игры – при данном методе обучения учебная тематика отрабатывается на основе материала и ситуаций, моделирующих различные аспекты связанные непосредственно профессиональной деятельностью работника. В деловой игре предполагается наличие правил работы и водной информации, определенного сценария, определяющего ход и содержание игры.

5) Ролевые игры – этот метод активного обучения становится все более популярным среди работодателей при обучении кандидатов на занятие руководящих должностей, а также текущих руководителей. Ролевые игры при обучении работников навыкам межличностного общения.

6) Поведенческое моделирование – является одним из новых методов обучения сотрудников навыкам изменения установок и межличностного

общения. Используется в рамках тренингов, которые предполагают более широкое применение методов активного обучения [16].

Необходимость профессиональной подготовки и переподготовки кадров для собственных нужд определяет работодатель. Работодатель проводит профессиональную подготовку, переподготовку, повышение квалификации работников, обучение их вторым профессиям в организации, а при необходимости – в образовательных учреждениях начального, среднего, высшего и дополнительного образования на условиях и в порядке, которые определяются коллективным договором, соглашениями, трудовым договором.

Формы повышения квалификации работников, перечень необходимых профессий и специальностей определяются работодателем с учетом мнения представительного органа работников [11, с. 24].

В случаях, предусмотренных федеральными законами, иными нормативными правовыми актами, работодатель обязан проводить повышение квалификации работников, если это является условием выполнения работниками определенных видов деятельности. Квалификационные требования к персоналу должны быть насколько возможно конкретными, чтобы работник отдела кадров мог сформировать четкое представление о человеке, который требуется. Повышение квалификации – это обучение сотрудника с целью углубления и усовершенствования уже имеющихся у него профессиональных знаний, необходимых для определенного вида деятельности.

Побудительными причинами повышения квалификации могут быть: стремление сохранить работу, занимаемую должность, желание получить повышение или занять новую должность, заинтересованность в повышении заработной платы, интерес к новым знаниям, к овладению новыми навыками, желание расширить деловые контакты.

Иногда под повышением квалификации подразумевают только то обучение, которое организовано на рабочем месте или в рамках специальных

учебных заведений. На самом деле этот процесс гораздо шире. В повышение квалификации необходимо включать и обмен опытом, и самообучение, и посещение выставок, чтение специальной литературы.

Особенность повышения квалификации состоит в том, что обучающиеся могут критически относиться к материалу, так как работник уже обладает определенными практическими и теоретическими знаниям выполнения работ. Повышение квалификации по имеющейся у работника профессии направленно на последовательное совершенствование навыков, умения и профессиональных знаний, а также рост мастерства [3]. Свидетельством о необходимости повышении квалификации рабочих, является отставание разряда работников от разряда работ, предполагаемое снижение среднего разряда рабочих. Именно поэтому систематическому анализу должны подвергаться существующая и требуемая квалификационные структуры персонала. Прежде всего, необходимо провести анализ причин сложившегося положения – изменения в технологии и в технике выполнения работ, которые ставят перед работником задачу их освоения.

Отечественный и зарубежный опыт выработал три концепции обучения квалифицированных кадров, сущность которых рассмотрим ниже. Концепция специализированного обучения ориентирована на сегодняшний день или ближайшее будущее и имеет отношение к соответствующему рабочему месту. Такое обучение эффективно относительно непродолжительный отрезок времени, но, с точки зрения работника, способствует сохранению рабочего места, а также укрепляет чувство собственного достоинства. Концепция многопрофильного обучения является эффективной с экономической точки зрения, так как повышает внутрипроизводственную и внепроизводственную мобильность работника. Однако последнее обстоятельство представляет собой известный риск для организации, где работает сотрудник, поскольку он имеет возможность выбора и поэтому менее привязан к соответствующему рабочему месту.

Концепция обучения, ориентированного на личность, имеет целью развитие человеческих качеств, заложенных природой или приобретенных им в практической деятельности [17]. Эта концепция относится в первую очередь к персоналу, имеющему склонность к научным исследованиям и обладающему талантом руководителя, педагога, политика, актера и т.п.

Среди основных задач можно выделить следующие:

- достижение более высокого уровня производительности и качества труда персонала;
- приобретение слушателями знаний и навыков способствующих повышению уровня их профессиональной квалификации;
- повышение уровня трудовой мотивации персонала;
- повышение приверженности работников к своей организации и развитие взаимопонимания между персоналом и руководством;
- формирование у обучающихся ценностей и установок, поддерживающих стратегию, цели организации и сложившуюся в компании культуру труда.

Для успешной реализации задач на предприятии должны быть созданы благоприятные условия обучающимся, верно определено содержание обучения и выбор средств, которые наилучшим образом позволят решить данные задачи, а также необходимо максимально использовать принципы, обеспечивающих высокую эффективность учебной деятельности. Эффективное обучение начинается со знания концепций обучения. Они состоят в том, что обучение основано на взаимоотношениях, оно представляет собой естественный процесс, оно необходимо, индивидуально, требует определенных усилий, заразительно и тесно связано с практикой. Чтобы обучение стало эффективным, преподаватель использует пять элементов обучения: разнообразие, ясность, вовлеченность, успех и сходство.

Среди принципов, реализация которых обеспечивает высокую эффективность обучения можно выделить следующие:

1) Учет исходного уровня знания обучающихся. Основой для эффективного обучения персонала является правильная оценка его уровня подготовки. Кроме того, обучающиеся могут различаться по уровню развития у них способностей необходимых для успешной профессиональной деятельности в определенной области. В случае больших различий в уровне подготовки между слушателями, программу приходится ориентировать на средний уровень, что снижает потенциальную возможную отдачу от обучения слушателей с более высоким уровнем подготовки. Выравнивание учебных групп по уровню общей профессиональной квалификации слушателей позволяет повысить эффективность обучения. Обучающиеся в одной группе могут различаться не только по общеобразовательному уровню, но и по уровню знаний в конкретной области, а также по владения определенными навыками [17]. Обучение в группах может начинаться с разных этапов программы, в зависимости от знаний и степени подготовленности к усвоению материала. Более полный учет различий, в уровне подготовки обучающихся позволяет добиться снижения расходов организации на проведение обучения и более рационально использовать время работников.

2) Формирование и поддержание высокой мотивации к обучению. Важной задачей для преподавателя является формирование у слушателей высокой мотивации к обучению, отсутствие мотивации или отсутствие желания учиться ограничивают возможности обучающихся к усвоению новых знаний. Повышения мотивации является важной задачей, которую преподавателям необходимо по ходу обучения. Для того чтобы сгладить различия в уровне мотивации к обучению необходимо еще до начала обучения стимулировать стремление работников к развитию профессиональных навыков и получению новых знаний.

3) Обеспечение слушателей полной и своевременной обратной связью об эффективности их обучения. Предоставление обучающимся информации об успехах в обучении и о том, в какой степени эти достижения отвечают

установленным требованиям, является одним из принципов обеспечивающих эффективное обучение. Обратная связь необходима для отслеживания прогресса в обучении, а также при возникновении возможных затруднений, для понимания их характера, источников и причин возникновения, и определения действий для того чтобы избежать их в будущем. Обратная связь повышает мотивацию к обучению.

4) Практическая отработка получаемых знаний и навыков. Практика – это возможность уже в ходе занятий проработать полученные в ходе обучения знания и навыки в ситуациях, максимально приближенных к тем, с которыми обучающимся приходится сталкиваться в процессе своей профессиональной деятельности. Без практического закрепления знаний, навыков и умений, которые были освоены в ходе учебы, трудно рассчитывать на реальное повышение отдачи от работников и улучшения рабочего поведения.

5) Перенос приобретенных знаний и навыков в рабочие условия. Ключевым вопросом при подготовке любой программы профессионального обучения и использования любого метода обучения работников является вопрос применимости полученных навыков и знаний непосредственно к своей профессиональной деятельности. Если полученные знания и навыки в одной ситуации можно успешно применить в другой ситуации (при выполнении другой работы), то такой перенос называется позитивным. Нейтральным переносом называется перенос, при котором полученные знания и навыки в одной ситуации не применимы в другой ситуации. Негативный перенос – это перенос, при котором полученные навыки и знания в одной ситуации отрицательно сказываются на результаты деятельности в другой ситуации [10].

6) Востребованности результатов обучения. Данный принцип заключается не только в готовности и стремлении работника к практическому использованию результатов обучения в работе, но и то, насколько условия на рабочем месте располагают к этому. Работники

получают знания для того, чтобы они могли их применять на своей работе, могли лучше выполнять те задачи и функции, которые выполняют сегодня или которые им предстоит выполнять в будущем. Без соблюдения данного принципа теряется всякий смысл обучения. Обеспечение высокого уровня востребованности результатов обучения – сложная задача, требующая как от самих работников, так и от руководителей старых стереотипов работы, а также возможной перестройки всей системы управления [10].

Проанализировав понятие «повышение квалификации» и охарактеризовав ее разновидности автор пришел к выводу, что программы повышения квалификации направлены на подготовку специалистов с целью усовершенствования знаний, умений и навыков. Как правило повышение квалификации проводится работодателем по мере необходимости, побудительными причинами могут быть:

- достижение более высокого уровня производительности и качества труда персонала;
- приобретение слушателями знаний и навыков способствующих повышению уровня их профессиональной квалификации;
- повышение уровня трудовой мотивации персонала;
- повышение приверженности работников к своей организации и развитие взаимопонимания между персоналом и руководством;
- формирование у обучающихся ценностей и установок, поддерживающих стратегию, цели организации и сложившуюся в компании культуру труда.

Самой распространенной и менее затратной формой обучения является внутриорганизационная, позволяющая изучить специфику работы конкретного предприятия изнутри. Методы обучения выбирает тренинг-специалист на основе разработанных программ. Выделяют три группы методов обучения:

- ✓ метод обучения на рабочем месте;
- ✓ метод активного обучения;

✓ традиционные методы обучения.

Эффективность обучения зависит от ясности, точности, разнообразия форм подачи обучающего материала.

1.2. Структура и основные этапы обучающей программы повышения квалификации

Чтобы эффективность процесса обучения была высока, надо чтобы он был грамотно подготовлен и проведен. Выделяют следующие этапы процесса обучения: постановка целей обучения, определение потребности в обучении, комплекс подготовительных мероприятий, самообучение, проверка полученных знаний, оценка эффективности обучения [17].

При организации процесса обучения важно правильно сформулировать цели обучения. Стандарты исполнения должны быть конкретными. Конкретность подразумевает их ясность и отсутствие причин для спора. Стандарты исполнения должны быть измеряемыми, чтобы не возникало разногласий, насколько успешно они достигнуты (или нет). Стандарты исполнения должны быть согласованными. Если работники не согласны со стандартами, считая их слишком трудными, у них появляется стимул к неудаче – для доказательства своей правоты. Неблагоразумно ставить задачи, полностью игнорируя мнение исполнителей. Стандарты исполнения должны быть реалистичными и достижимыми. Стандарты исполнения должны быть соотнесены со временем, то есть известно, к какому моменту они должны быть достигнуты [11].

Но кроме общих характеристик целей, целям обучения свойственны следующие характеристики: цели служат ориентиром при разработке содержания учебных программ; они позволяют точно определить требования к обучающимся; они определяют форму организации процесса обучения и приоритеты в деятельности субъекта обучения и организаторов процесса

обучения; они служат основой для последующей оценки эффективности обучения.

Цели обучения должны быть доведены до сведения всех работников целевой группы. Это необходимо для того, чтобы люди понимали, зачем их обучают, чувствовали ответственность.

Определение целей обучения является стратегическим пунктом в организации системы обучения в организации. В частности, в зависимости от поставленных целей формируется общая концепция учебных программ, разрабатываются соответствующие модели и технологии обучения. Однако, прежде чем приступать к составлению учебных программ, необходимо определить потребности в обучении персонала организации [16].

Потребность в обучении должна быть определена в двух основных аспектах: качественном (чему учить, какие навыки развивать) и количественном (какое число работников разных категорий надо учить). Оценка потребности в обучении может быть выявлена следующими методами:

- оценка информации о работниках;
- ежегодная оценка рабочих результатов (аттестация);
- анализ долгосрочных и краткосрочных планов организации;
- наблюдение за работой персонала и анализ проблем;
- сбор и анализ заявок на обучение персонала от руководителей подразделений;
- организация работы с кадровым резервом и работа по планированию карьеры;
- изменения в работе, предъявляющие более высокие требования к квалификации персонала;
- индивидуальные заявки и предложения работников;
- опросы работников;
- изучение опыта других организаций.

Оценка информации о работниках, имеющейся в кадровой службе (стаж работы, рабочий опыт, базовое образование, принимал ли работник ранее участие в программах обучения или повышения квалификации и др.). Ежегодная оценка рабочих результатов (аттестация). В ходе ежегодной оценки рабочих результатов (аттестации) могут обнаружиться не только сильные, но и слабые стороны в работе конкретного человека. К примеру, низкие оценки у работников определенной профессиональной группы в графе «профессиональные знания» показывают, что для данной категории работников выявлена потребность в обучении. Анализ долгосрочных и краткосрочных планов организации и планов отдельных подразделений и определение уровня квалификации и профессиональной подготовки персонала, необходимого для их успешной реализации. Если в работе персонала регулярно имеют место ошибки, просчеты, ведущие к плохой работе, браку, нарушениям техники безопасности, неоправданно большим потерям времени, то эта информация может быть использована для обоснования заявки на обучение персонала и при подготовке программ обучения. Сбор и анализ заявок на обучение персонала от руководителей подразделений. Сегодня это один из наиболее распространенных в российских организациях методов определения потребности в обучении работников. Если работник заинтересован в получении определенных знаний и навыков, он может подать заявку на имя руководителя отдела обучения, завизированную его непосредственным руководителем, указав, в каком именно обучении он нуждается[3]. Опросы персонала, призванные оценить их потребность в получении новых профессиональных знаний и развитии навыков позволяют точнее определить потребность в обучении для конкретных категорий персонала, конкретных подразделений или отдельных работников. Опросы могут охватывать всю организацию или отдельные подразделения, могут быть выборочными, охватывая лишь репрезентативную выборку. Если круг респондентов невелик, можно воспользоваться методом интервью. Изучение опыта других организаций.

Часто опыт конкурентов или родственных предприятий дает важные подсказки, связанные с необходимостью обучения той или иной категории персонала для поддержания необходимого уровня конкурентоспособности [17, с. 88].

На основе выявленной потребности в обучении проводится комплекс подготовительных мероприятий. Обязательной частью в нем является определение содержания, форм и методов обучения [16]. Содержание должно определяться задачами, стоящими перед организацией в краткосрочной и среднесрочной перспективе. К важнейшим характеристикам изучаемого материала относятся его содержание, сложность и степень структурированности. Три этих характеристики и цели обучения определяют формы и методы обучения.

В комплекс подготовительных мероприятий входят также определение обучающей компании, составление учебных программ, группы людей, направляемых на обучение, выбор преподавателей и другие мероприятия. Все они могут быть выполнены как специалистами самой организации, так и с привлечением внешнего консультанта [16].

Далее происходит сам процесс обучения. Он строится исходя из целей обучения, качественной потребности в обучении и подготовленных программ. Важную роль в процессе обучения играют условия: помещение должно быть приспособлено или легко приспособляемо для проведения в нем занятий, должны соблюдаться температурный режим, режим освещенности и другие. Во время процесса обучения должны быть также обеспечены текущий контроль за посещаемостью, бесперебойная реализация учебной программы и обеспечение обучающихся всем необходимым.

Следующий этап – проверка полученных знаний. При внешнем обучении оценить знания, полученные работниками, довольно сложно, так как организация, проводившая обучение заинтересована в высоких показателях усвоения знаний и может исказить результаты оценки, или они могут быть необъективными. В остальных случаях оценить

полученные знания можно. Существуют различные методы оценки знаний, так, в зависимости от формы и методов обучения, работники могут сдавать зачет, экзамен, писать какую-либо работу (например, бизнес-план), могут быть проведены деловая игра, практика (например, при развитии навыков публичных выступлений, формой оценки полученных навыков может быть публичное выступление перед структурным отделом организации).

Завершающий этап процесса обучения персонала – оценка эффективности персонала. Его основная цель заключается в анализе влияния обучения на конечные результаты деятельности всей организации.

Оценить эффективность процесса обучения в цифрах реальной прибыли достаточно сложно, поэтому возможна оценка эффективности на основе качественных показателей. Так некоторые программы проводятся не для получения знаний, умений и навыков, а для формирования определенного типа мышления и поведения [11].

Для качественной оценки эффективности процесса обучения могут также использоваться косвенные методы, такие как сравнение результатов тестов, проводимых до обучения и после, наблюдение за рабочим поведением прошедших обучение сотрудников, наблюдение за отношением обучающегося к изменениям, проводимым на предприятии и другие.

Возможна также количественная оценка. Но и она основана на относительных показателях, таких как удовлетворенность слушателей, учебной программой, оценка усвоения учебного материала, эффективность удовлетворения запросов компании в обучении. Каждому показателю присваивается свой коэффициент важности, который может меняться в зависимости от организации. Тогда интегральный показатель рассчитывается как среднее арифметическое произведений этих показателей на коэффициенты важности [10].

Оценка эффективности процесса обучения позволяет решить следующие задачи: осуществление контроля за реализацией программных пунктов системы обучения; анализ и корректировка слабых сторон;

мониторинг эффективности, качества; мониторинг результативности обучения; разработка и внедрение корректирующих мероприятий.

Каждая организация, проводящая обучение, стремится, чтобы его эффективность была максимальной. Чтобы добиться этой цели требуется уделить достаточно внимания каждому этапу процесса обучения. Невнимание к любому из этапов, скорее всего, сведет на нет все результаты этого или будущих процессов обучения персонала в организации.

Итак, процесс обучения персонала – это неотъемлемая часть кадровой политики успешной организации, который может преследовать самые различные цели: повышение качества человеческих ресурсов, повышение качества продукции или услуг, производимых организацией, проведение организационных изменений, в том числе приспособления к изменяющимся условиям внешней среды, развитие персонала, улучшение системы коммуникации в организации, формирование организационной культуры, увеличение уровня лояльности организации [3]. Недостаточное внимание к нему или неправильная его организация может породить множество проблем в организации, которые, в конечном счете, снижают эффективность организации. Множество видов, форм и методов образовательного процесса позволяет выбирать подходящий или совокупность подходящих для каждой отдельной уникальной социальной организации [17].

Подводя итог первой главы выпускной квалификационной работы, нам удалось выяснить, что квалификация – это совокупность специальных знаний и практических навыков, определяющих степень подготовленности работника к выполнению профессиональных функций соответствующей сложности. А повышение квалификации – это подготовка кадров с целью усовершенствования знаний, умений и навыков. Для повышения квалификации специалистов и их деловых качеств организация осуществляет обучение персонала. Работодатель проводит профессиональную подготовку, переподготовку, повышение квалификации работников, обучение их вторым

профессиям в организации, а при необходимости – в образовательных учреждениях.

Планирование роста квалификации кадров позволяет использовать собственные резервы рабочей силы при одновременно более высокой степени успеха, чем это смогли бы обеспечить поиски новых кадров; с другой – дает отдельному работнику оптимальный шанс для самореализации. Повышение квалификации кадров осуществляется следующими методами обучения: тренинги, программированное, компьютерное обучение, учебные групповые дискуссии, деловые и ролевые игры.

Множество видов, форм и методов образовательного процесса позволяет выбирать подходящий для каждой организации. Чтобы эффективность процесса обучения была высока, надо чтобы он был грамотно подготовлен и проведен. Процесс обучения персонала преследует цели: повышение качества человеческих ресурсов, повышение качества продукции или услуг, проведение организационных изменений, развитие персонала, улучшение системы коммуникации в организации, формирование организационной культуры, увеличение уровня лояльности организации.

ГЛАВА 2. ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ТУРАГЕНСТВА

2.1. Характеристика турагентства «Дом туризма»

Компания «Дом туризма» – один из лидеров на рынке туристических услуг в Екатеринбурге. Компания ежегодно удостоивается наград от туроператоров за лучшие продажи по итогам года и стабильно находится в пятерке лидеров продаж по г. Екатеринбург среди компаний, представленных на рынке туроператоров. Только в 2013 были дополнительно открыты три офиса в Екатеринбурге, один из которых – «Дом туризма» – принципиально новый концепт подачи туристических услуг. «Дом туризма» – это не обычное турагентство. Это специальный бренд, объединивший фирменные офисы продаж Ведущих туроператоров РФ в рамках одного проекта. Эксклюзивно, в Екатеринбурге Coral Travel, Natalie Tours, Tez Tour, Anex Tour, Europort, представляют туры в любые страны мира, а отдел индивидуального и корпоративного туризма взяла компания «Пангея». Уникальность бренда «Дом туризма» заключается в том, что это единственный на Урале проект объединивший под одним куполом франшизы широко известных на туристическом рынке операторов [30]. Потребность в создании туристических франчайзинговых сетей в РФ сейчас актуальна. Сотрудничество с ведущими брендами, безусловно придает агентству солидность. Преимущества при заключении договора франчайзинга:

- ✓ работа под ярким, успешным брендом;
- ✓ повышенная комиссия у всех туроператоров;
- ✓ постоянные кураторы заявок;
- ✓ бронирование туров и получение комиссии на прямую (без помощи субагента);

- ✓ мощная рекламная кампания на федеральном уровне повышает узнаваемость и нацелена на привлечение дополнительных клиентов в офис;
- ✓ подключение к Call–Centre

Но у каждого франчайзера есть свой список требований для получения разрешения на их бренд, тут все зависит от личных пожеланий. Но в основном, в этом списке:

1. требования к помещению – чаще всего указывают минимальное количество метров, рабочих мест и место, где это помещение располагается. Некоторые хотят «красную линию» без конкурентов, некоторые – торговый центр. Площадь офиса (не менее 15 кв. метров) а так же возможность размещения наружной рекламы. Многие предъявляют требования к количеству рабочих мест, к квалификации сотрудников, к возможности увеличения рабочих мест в сезон. Помещение должно соответствовать всем требованиям противопожарной безопасности, должны быть соблюдены все санитарные нормы и требования.

2. требования к техническому оснащению, сюда можно отнести ПК, ПО, параметры сети Интернет, телефонные линии и многое другое.

3. требования к сотрудникам, вплоть до дресс–кода. Чаще всего франчайзеры сами обучают сотрудников по своей системе, некоторые идут дальше и направляют своих сотрудников работать в офис франчайзи. Тут также могут быть требования к образованию, опыту работы, качеству работы и так далее.

4. маркетинговый план – чтобы купить франшизу турагентства, необходимо следовать разработанному в компании плану. А вот в нем может содержаться очень много нюансов и мелочей. Тут и вид рекламы, и способы привлечения клиентов, и выплата зарплаты и премии сотрудникам, и мотивация сотрудников, и планы прироста оборота и многое–многое другое[18].

Бренд «Дом туризма» рушит все стереотипы при открытии 6 франчайзинговых офисов в одном торговом центре, владельцем которых является генеральный директор– Ермолаева А.В.

Помимо ежедневных супер акций (отели дня, скидки на дополнительные услуги для повышения комфорта отдыха) и уникальных программ: экскурсионные, комбинированные и семейные туры, круизы морем, клиентов «Дом туризма» ждут достойные подарки, удивительный сервис и комфорт обслуживания. Среди других достоинств – удобные часы работы, удобное расположение в центре города, транспортная доступность и всегда свободная парковка, возможность приема оплаты пластиковыми картами и беспроцентная рассрочка на любые туры. Любого клиента «Дома туризма» ждет внимательное обслуживание, чашечка свежее сваренного кофе и много приятных сюрпризов.

Контактная информация: «Дом туризма»

Адрес: г. Екатеринбург, ул. Куйбышева, 61ТЦ «NAUTILUS»
Shopping&Parkingм. Геологическая (7 минут пешком)

Телефон: 8(343)287–70–70

Электронная почта: info@dt–ekb.ru

Веб–сайт: <http://дом–туризма.рф>

Режим работы: Офис работает с 10–00 до 21–00 без перерывов и выходных.

Все сотрудники «Дома туризма» прошли многоступенчатую систему обучения. И готовы исполнить самые смелые мечты путешественников[30].

В структуру компании входят следующие отделы:

- информационный отдел;
- отдел продаж;
- отдел индивидуальной работы с клиентами;
- отдел рекламы и маркетинга;
- отдел кадров.

Каждая структурная единица Агентства представляет определенную важность для функционирования организации в целом [23].

Так, в задачи Информационного отдела входит:

—Составление маршрутов в санатории, и их описание в буклетах.

—Внесение корректировок о новых турах на сайт компании.

Отдел продаж выполняет следующие основные задачи:

—распространение и продажи путевок;

—распространение рекламных буклетов о турах компании;

—производство имиджевых роликов.

Отдел индивидуальной работы с клиентами несет на себе следующую смысловую нагрузку:

— предоставление информационных и развлекательных индивидуальных программ;

— внесение изменений в рекламные материалы и дополнительные услуги.

Задачи Отдела рекламы и маркетинга следующие:

—планирование стратегии кампании;

—распределение бюджета;

—разработка индивидуальных планов;

—формирование размещения рекламы и рекламных материалов;

—предоставление рейтингов;

—оформление документов.

Отдел кадров, безусловно, важен, поскольку занимается в Агентстве следующим:

—оформлением сотрудников;

—развитием персонала;

—трудоустройством и увольнением.

Агентство состоит из 10 человек:

➤ генеральный директор;

➤ администратор;

➤ бухгалтер;

- менеджеры (4 человека);
- системный администратор;
- менеджер по кадрам;
- специалист по маркетингу и рекламе.

В Агентстве «Дом туризма» существует жесткий отбор персонала на рабочие места [23]. Работодателем исключительно рассматриваются в качестве специалистов:

1. менеджеры с опытом работы
2. выпускники высших учебных заведений по специальности «сервис и туризм» [6].

При приеме на работу сотрудник должен уметь:

- удовлетворить, потребность клиента;
- находить мотивы к приобретению турпродукта;
- понять интересы, выслушать;
- убеждать, вести переговоры;
- уметь аргументировано отвечать на возражения;
- использовать выразительные средства речи;
- знать, как принять клиента и завязать контакт;
- внимательно следить за развитием отношений;
- завершить продажу тогда, когда это потребуется.

А так же должен обладать такими личностными качествами, как:

1. Энтузиазм – гордость своей профессией.
2. Уверенность в себе – вера в себя, в свое умение продавать турпродукт.
3. Сильный характер – умение проявлять упорство и выполнять намеченные планы.
4. Искренность проявляется в честности с самим собой и клиентами.
5. Доброжелательность умение увидеть положительное во всех людях и во всех ситуациях.

6. Инициатива заключается в принятии на себя персональной ответственности за свои настроения и действия.

7. Оптимизм – понимание важности позитивного мышления и позитивных убеждений.

8. Аффiliation– потребность в установлении и сохранении добрых взаимоотношений с людьми [36].

Таким образом, человеческий фактор в сфере туризма является определяющим в формировании качества обслуживания. А от этого, в свою очередь, зависит эффективность продаж туристского продукта и, следовательно, прибыльность самой туристской фирмы.

Поиск клиентов в Агентстве осуществляется с помощью рекламы на радио, ТВ, Яндекс–директа, СМИ, сайта, рекламных щитов, а также с помощью листовок, в которых размещены предложения различных видов туров.

Основные работники компании – это менеджеры, которые:

- ✓ Обеспечивают ежемесячное поступление денежных средств по договорам;
- ✓ осуществляют строгий контроль над выполнением условий заключенных договоров;
- ✓ предоставляют специалисту по маркетингу и рекламе ежемесячный отчет о своей деятельности в срок.

Оплата труда работника в организации осуществляется работодателем в соответствии с тарифно–сдельной системой оплаты труда, согласно Положению о бонусных надбавках работникам ООО « Тур Офис», и состоит из:

- премиальной системы оплаты труда в зависимости от объема оказанных агентством услуг для увеличения заинтересованности в содержательности труда, а также вознаграждение за предлагаемые пути усовершенствования деятельности агентства в целом;
- оклада согласно штатному расписанию;

– бонуса, формируемого в соответствии с Положением о бонусах работникам ООО «Тур Офис».

Так же сотрудники должны выглядеть опрятно: одежда – чистая и отглаженная, обувь – начищенная, прическа – аккуратная. Не желательно использование вечерней парфюмерии (с резким запахом), яркой косметики.

Сотрудники не должны приводить себя в порядок непосредственно на рабочем месте: причесываться, использовать парфюмерно–косметические средства, красить ногти, чистить обувь и одежду и пр. Все это можно и нужно делать в туалетной комнате

Для мужчин допускается: брюки с рубашкой или свитером (галстук необязательно).

Для женщин: юбка или брюки с рубашкой, блузой, свитером или платье.

В выходные дни допускаются джинсы с рубашкой или свитером.

Следует помнить, что сотрудники представляют лицо компании, поэтому если менеджер общается с клиентами на прямую, если у него встреча или переговоры, то наличие делового стиля в одежде – обязательно!

Недопустимо:

1. Блузы, кофты, свитера, топы открывающие живот и поясницу, спину, а так же глубокое декольте.

2. Шорты.

Все сотрудники офисов продаж должны носить нагрудный знак (бейдж) установленного образца, а так же корпоративный значок.

Бейдж должен быть расположен слева на уровне груди, надевается на форменную рубашку, при наличии пиджака – на пиджак.

Итак, в заключение отметим, что агентство «Дом туризма » имеет большую аудиторию постоянных клиентов, услугами туристической фирмы «Дом туризма» пользуется большое количество перспективных и удачливых людей, настроенных на отдых, лечение, и путешествия. Эта фирма завоевала

признание и доверие большого количества крупных туристических компаний, и за годы работы приобрела много партнеров.

2.2 Содержание обучающей программы повышения квалификации

На сегодняшний день, несмотря на нестабильную ситуацию, происходящую на туристическом рынке, все так же востребована вакансия «менеджера по туризму» [2]. Среди желающих попасть на данную должность в приоритете всегда является наличие опыта работы, но как, же быть дипломированным специалистам после окончания университетов, не имеющих требуемого опыта работы и необходимых профессиональных навыков?[8]

1 Способ – это пройти платные курсы по подготовке специалистов. Проводя поиски организаций, занимающихся обучением менеджеров в сфере туризма было выявлено 3 ведущих компании в г. Екатеринбурге: «Тур Школа» [35] на базе ТА «География»ул. Пушкина 9. «Высшая школа туризма»[37]ул. Белинского 55, офис 403/2 (4й этаж), а так же школа туризма « Жираф» ул. Малышева 28, 5 этаж, офис 508–509. Данные учреждения предлагают обучение в разных режимах: экспресс – курсы (от 3–х дней), углубленный курсы (от 5 до 15 дней), курсы по специальным программам «Менеджер по туризму под ключ» (от 20 дней, особенность служит то, что после прохождения обучения и аттестации, предоставляется практика в турагентстве с последующим трудоустройством). Так же предлагают курсы повышения квалификации для уже подготовленных менеджеров. Ценовая политика обучающих программ в среднем варьируется от 3500 тыс. рублей до 20000 тыс.рублей (в зависимости от выбранной программы). Проанализировав структуру предлагаемых программ в разных туршколах было выявлено, что везде обучение проводится затрагивая 4 основные блока:

- специфика работы менеджера по туризму;
- туристский продукт и его составляющие;
- законодательная база работы туристских компаний;
- туристские (паспортно–визовые) формальности.

2 Способ – это самостоятельное трудоустрой в туристическую фирму по средствам прохождения собеседования. Данный вариант является трудоемким, так как будущему сотруднику в большей степени самостоятельно потребуется заниматься изучением особенностей туристических направлений, отельных баз и т.д.

Проанализировав процесс профессиональной подготовки (Таблица 1), на личном опыте работы и благодаря проведенному анкетированию сотрудников ранее прошедших обучение на базе турагентства «Дом туризма», были выявлены следующие проблемы (Приложение 1):

Таблица 1

Анализ программы обучения

Проблема		Пути решения
1	2	3
Знакомство с сотрудниками и работой офиса	В отличие от специализированных школ, базирующихся на обучении менеджеров, в турагентстве обучение происходит в ускоренном режиме. Тренинг – специалисты в офисе – отсутствуют, процесс обучения контролируют руководитель офиса и старшие менеджеры. При этом каждый из специалистов, не освобождается от своих должностных обязанностей. Отсюда минус в том, что в процессе обучения, сотрудник изучением многих формальностей занимается самостоятельно.	Трудоустройство в турагентство сотрудника, который будет заниматься профессиональной подготовкой специалистов в сфере туризма. В обязанности которого будет входить разработка лекций, тестов, чек– листов, контроль за процессом обучения. Или же решением руководства будет согласовано освободить одного из сотрудников от должностных обязанностей и доверить ему обучение, при этом сохраняя заработную плату.

1	2	3
Процесс работы менеджера в офисе	<p>Недочет заключается в том, что стажер не получает полной информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Об особенностях туристических направлений; ✓ О паспортно–визовых тонкостях; ✓ О сроках подачи документов на визу и провизу; ✓ О том, как правильно проконсультировать туриста, выезжающего за границу впервые; ✓ О правилах безопасности и климатических особенностях принимающей страны; ✓ О правилах работы с претензионными туристами; ✓ О психологических особенностях воздействия на потенциального туриста (в независимости происходит встреча в офисе или разговор по телефону) <p>Как правило, со всеми этими проблемами начинающий специалист сталкивается в ходе работы и учится всему самостоятельно (при помощи интернета) или же более распространенный вариант на своих ошибках</p>	

На основе проведенного анализа обучающей программы можно констатировать тот факт, что при отсутствии тренинг–специалиста усложняет процесс обучения будущих сотрудников турагентства. Тем самым это повышает число некомпетентных сотрудников.

Так как количество выпускников вузов туристической направленности с каждым годом значительно увеличивается, растет спрос на вакансию «менеджера по туризму». Зачастую приходя устраиваться на желаемую должность в туристическое агентство, будущий сотрудник сталкивается с проблемой отсутствия профессионального обучения в данной сфере работы. Претендентам приходится самостоятельно заниматься изучением и освоением программы, так как в агентствах отсутствуют квалифицированные специалисты, занимающиеся обучением. Как правило, подготовкой специалистов занимаются руководитель офиса продаж или же сами

менеджеры, которые не уделяют стажерам должного внимания, так как сотрудники на момент обучения будущих специалистов не освобождаются от своих должностных обязанностей[29].

В ходе разработки обучающей программы (Таблице 2) для претендентов, на должность «менеджера по туризму» в туристическое агентство «Дом туризма» не имеющих опыта работы было предложено внедрение единого плана ведения обучения, сроком в 7 дней. Обучение проводит специально подготовленный тренинг – специалист на территории турагентства, в оснащенной необходимой техникой комнате (компьютеры, столы, принтер, доска–планшет). Целью данной программы является – повышение квалификации будущих сотрудников. Данная цель будет достигнута благодаря проведению тематических лекций, практических занятий, тренингов, ролевых игр. Результатом обучения послужит:

- уверенная работа на необходимых туристских сайтах;
- умение стажера работать в программе 1:С Турагентство;
- способность грамотно и продуктивно общаться и проводить встречи с потенциальными туристами;

Количество набора сотрудников в штат компании– 2 человека.

После апробации данного проекта, при получении результативных показателей данная программа будет успешно внедрена и утверждена в туристическом агентстве «Дом туризма»

Таблице 2

План обучающей программы для менеджеров без опыта работы

День	Время	Мероприятие
1	2	3
1	10:00–11:00	Инструктаж стажера в офисе продаж: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Знакомство с сотрудниками и работой офиса; ✓ Форма одежды; ✓ Время работы офиса; ✓ Экскурсия по офису; ✓ Рассказ о рабочем дне менеджера
	11:00–12:00	Географический тест на знание туристических направлений

1	2	3
	12:00–12:15	Технический перерыв
	12:15–14:00	Ознакомительная работа с сайтами ведущих туроператоров (найти на сайте где у туроператора финансовое обеспечение, доплаты, контактные номера, информация по визам. Составление таблицы с вылетами из Екатеринбурга массовых направлений)
	14:00–15:00	Перерыв на обед
	15:00–16:00	Проверка работы специалистом проводящим обучение на умение работы с сайтами
2	10:00–11:00	Изучение поисковых программ, сайтов–отзывов
	11:00–12:00	Самостоятельная отработка работы в изученных программах
	12:00–12:15	Технический перерыв
	12:15–13:00	Лекция на тему: классификация отелей, размещения, номеров, вида из окна и питания
	13:00–14:00	Перерыв на обед
	14:00–15:30	Продолжение проведение лекции о классификациях отелей, размещения, номеров, вида из окна и питания
3	10:00–11:45	Обзорная лекция об особенностях тур.направлений на примере Испании.
	11:45–12:00	Технический перерыв
	12:00–13:00	Продолжение лекции об особенностях тур.направлений на примере Испании
	13:00–14:00	Перерыв на обед
	14:00–15:30	Наблюдение за работой ведущих менеджеров в офисе и по телефону (прослушивание бесед и технологий работы с туристами)
4	10:00–11:45	Ролевая игра «турист–менеджер» на тему: технология продаж (как убедить клиента приехать именно в ваш офис для встречи, технология обработки «холодных» звонков) + выдача чек–листов.
	11:45–12:00	Технический перерыв
	12:00–13:00	Выполнение заданий (подбор отелей и направления согласно требованиям (разному составу туристов, предпочтениям и пожеланиям)
	13:00–14:00	Перерыв на обед
	14:00–15:00	Продолжение выполнения заданий по подбору туров с последующей проверкой
	15:00–16:00	Наблюдение за работой ведущих менеджеров в офисе и по телефону (прослушивание бесед и технологий работы с туристами)
5	10:00–11:00	Повторение методик ведения диалога с потенциальным туристом (чек – листов).Прослушивание диалогов как работают менеджеры в офисе
	11:00–12:00	Обработка телефонных звонков, онлайн заявок и электронных запросов

1	2	3
	12:00–12:15	Технический перерыв
	12:15–13:00	Продолжение обработки телефонных звонков, онлайн заявок и электронных запросов самостоятельно
	13:00–14:00	Перерыв на обед
	14:00–16:00	Информативный курс о перечне документов выдаваемых туристу при бронировании тура
6	10:00–11:00	Обработка телефонных звонков, онлайн заявок и электронных запросов
	11:45–12:00	Технический перерыв
	12:00–13:00	Обработка телефонных звонков, онлайн заявок и электронных запросов
	13:00–14:00	Перерыв на обед
	14:00–16:00	Обучающий курс по работе с программой 1С:Турагентство
7	10:00–12:00	Аттестационный тест
	12:00–13:00	Перерыв на обед
	13:00–17:00	Подготовка и проведение встречи с туристом

Описание программы обучения для менеджеров без опыта работы

Первый день

Первый день разработанной программы носит ознакомительный характер.

На первом этапе будущие сотрудники знакомятся с менеджерами агентства, распорядком офиса, должностными обязанностями. После чего стажёрам выдаются листы с заданием, и они пишут географический тест (Приложение 2).

Как только работа завершена, тренинг – специалист приступает к проверке данного теста. Полученные результаты позволят сделать вывод о том, насколько претендент осведомлен в области туризма. Далее отводится 15 минутный перерыв для личных нужд. После чего проводится ознакомительная работа будущих сотрудников с сайтами ведущих туроператоров. Тренинг – специалист дает задание найти на сайтах

финансовое обеспечение, контактные номера, архив курса валют, информацию по доплатам и визам. В ходе этого задания необходимо заполнить таблицу массовых туристических направлений ведущих туроператоров с вылетов из Екатеринбурга (Таблица 3) [20].

Таблица 3

Массовых туристические направления ведущих туроператоров с вылетами из
Екатеринбурга

Ведущее ТО									
Страна	Pegas	Coral	Ane x	Sunma r	Tez	Natal i	More Travel	Библио Глобус	Европор т
Тунис	✓	✓	✓	✓	–	–	–	✓	–
Вьетнам									
ОАЭ									
Испания									
Мексика									
Таиланд									
Кипр									
Греция									
Болгария									
Индия									
Шри– Ланка									
Израиль									
Россия									

После выполнения работы, стажерам предоставляется 1 час на обед. Далее проводится проверка составленной таблицы и навыков работы с сайтами. Тренинг–специалист называет позицию, которую нужно найти на сайте. Данная методика позволяет выработать у обучающихся навыки оперативной работы с сайтами ТО. На этом первый ознакомительный день заканчивается. Далее в последующие дни специалистом проводится обучение так же по плану с учетом 15–ти минутным перерывом для личных нужд и 1 часовым перерывом на обед.

Второй день

Второй день начинается с изучения необходимых сайтов при работе в туризме. Тренинг – специалист делает краткую характеристику и выдает распечатку с сайтами, что бы стажеры ознакомились с ними и применяли в своей дальнейшей работе (Приложение 3).

Далее отводится 1 час времени для того чтобы обучающиеся могли зайти на сайты, изучить и в случае возникших вопросов задать их специалисту.

Продолжением обучающей программы второго дня служит проведение лекции на тему: «Классификация отелей, размещения, номеров, вида из окна и питания». Тренинг–специалист обобщенно рассказывает об особенностях и дает краткую характеристику под запись[15].

Лекция начинается с того, что каждому уровню отелей соответствует определенный набор услуг, которые предоставляет отель (инфраструктура отеля– бары, рестораны, наличие СПА, тренажерного зала и т.д.) и общие характеристики (площадь и дизайн номеров, территория отеля, питание)

Во многих гостиницах допускаю весьма вольную трактовку требуемого в соответствии с категорией «звездности» набора услуг. Классификация, приводящаяся далее , служит исключительно в качестве ориентира.

Отели категории 1*

Стандартный двухместный номер должен быть приблизительно 8–10 кв.м. В номере шкаф или вешалка, стулья, умывальник, зеркало, по два полотенца на каждого постояльца. Ежедневная уборка, смена белья должна происходить каждые 7–8 дней, полотенце – каждые 3–4 дня. Не менее двух ванн на этаж и один туалет не более чем на 5 комнат.

Отели категории 2 *

Все тоже самое, что в гостиницах 1*, только смена белья производится каждые 6 дней. Туалет и ванная комната обычно находятся в номере. В гостинице также должны находиться ресторан или кафе, а так же предлагаться вариант питания.

Отели категории 3*

Начиная с категории 3* и выше в каждом номере обязательно должны присутствовать туалет и ванная комната. Номера большей части трехзвездочных отелей, за исключением самых дешевых, имеют телевизор, кондиционер. Смена постельного белья происходит 2 раза в неделю. Полотенца меняются ежедневно. Комнаты от 10–12 кв.м.

Отели категории 4*

Все, что в гостиницах 3*, плюс: как правило, мини-бар, индивидуальный кондиционер, телефон, сейф, фен, шампунь, гель для ванной в каждом номере. Ежедневная смена постельного белья и полотенца. Предоставляются такие услуги как стирка, глажение, и чистка одежды (при этом минимальное время заказа – сутки). Прайс лист можно узнать на ресепшн. В номер подается меню завтрака. На территории гостиницы находятся: салон красоты, спортивно-оздоровительный центр, аренда автомобилей, ТВ – салон, музыкальный салон, игровой и конференц-залы, ресторан, сауна, плавательный бассейн, и т.п. Площадь комнат, как правило, не менее 13 кв.м.

Отели категории 5*

То же, что и в гостиницах 4*, но на более качественном уровне. А также иногда второй санузел в номере и телефонный аппарат в ванной комнате. Номера не менее 16 кв.м.

В отелях 4* – 5* предполагается наличие сьютов (апартаментов), нескольких лифтов, всевозможных дополнительных услуг типа прачечной, химчистки, подачи завтрака и позднего ужина в номер, обмена валюты, вызова такси, продажи газет, сувениров и так далее.

В ряде стран существует альтернативная классификация гостиниц.

В Турции существует система клубных отелей (HollidayVillage), которые делятся на:

HV1-отель клубной системы первой категории с размещением в коттеджах. Примерно соответствует 3–4-х звездочному. Отличаются

хорошей анимацией, большой озеленённой территорией, но номера небольшие.

NV2– клубный отель более низкой 2–ой категории.[5]

Отели различаются по расположению относительно моря:

1–ая береговая линия– это отели, расположенные непосредственно на берегу моря

2–ая береговая линия– это отели, между территорией и пляжем которых находится дорога или променада.

Далее по программе предусмотрен обеденный перерыв 1 час и продолжение лекции о классификациях.

Классификация размещения

SGL –single, одноместное размещение.

DBL –double , двухместное размещение (такой номер может быть либо с одной двуспальной кроватью, либо с двумя отдельными кроватями (doubletwin)).

TRPL –triple, трехместное размещение (обычно две кровати + дополнительная раскладывающаяся кровать, либо диван).

QDPL –quadruple, четырехместный номер.

ExB–extra bed, дополнительная кровать.

Chld–child, стоимость размещения ребенка до 12–ти лет; иногда CH – большой ребенок, до 12–15 лет; ch– маленький ребенок – до 6 лет, inf–infant–ребенок 0–2 лет. Обычно стоимость указывается для ребенка в номере с двумя взрослыми DC (DBL+Chld), но также может быть SC (SGL+Chld), DBL+2Chld – два взрослых и два ребёнка и SGL+2Chld – один взрослый и два ребенка.

BO –bed only, размещение без питания.

ROH –runof the house, размещение на усмотрение отеля[28].

Классификация гостиничных номеров

STD –standart, стандартная комната;

BDR, BDRM –bed room, номер со спальней;

Superior–комната большего размера, чем стандартная;

Studio–студия, однокомнатный номер больше стандартного с встроенной кухней;

Family room–семейная комната, размером больше стандартной;

Family studio–номер для семьи с двумя смежными комнатами;

Extra bed (или king size)–номер с одной большой кроватью для семейной пары;

Suite–номер (больше чем стандартный) с гостиной и спальней, с мебелью и оборудованием высокого качества;

Junior suite–двухместный однокомнатный номер большого размера и улучшенной планировки;

De luxe–такой же номер, но с более дорогой обстановкой;

Business–большой номер с оргтехникой (компьютером, факсом), пригодный для работы;

Honeymoon room–номер для молодоженов;

Connected rooms–совмещенные номера, имеющие дверь–проход из одного в другой;

Duplex–двухэтажный номер;

Apartment– номера, приближенные к виду современных квартир, имеющие места для приготовления еды; двух и более комнатная квартира;

President–самые роскошные номера гостиницы, несколько спален, кабинет, два–три туалета[26].

Классификация вида из номера

City view–номер с видом на город;

Beach view–номер с видом на пляж;

Pool view–номер с видом на бассейн;

Garden view–номер с видом на сад;

Ocean view–номер с видом на океан;

Land view–номер с видом на окрестности;

Dune view–номер с видом на дюны, пески;

Mountain view–виднагоры;

Park view–номер с видом на парк;

SV, Sea view–номер с видом на море;

SSV, Side Sea view–номер с боковым видом на море;

Inside view–вид на атриум или внутреннюю часть отеля[25].

Типы питания в гостиницах

RO–room only, без питания;

BB–bed&breakfast, в стоимость проживания включен только завтрак (шведский стол). Дополнительное питание – за отдельную плату в ресторанах и барах отеля;

HB –half board– полупансион, включен завтрак и ужин (шведский стол), бесплатный чай, кофе, вода на завтрак;

HB+ – half board +, extended half board –расширенный полупансион завтрак и ужин (шведский стол), а также алкогольные и безалкогольные напитки местного производства весь день;

FB –full board– полный пансион, завтрак, обед и ужин (шведский стол);

ALL, AI–allinclusive, завтрак, обед и ужин (шведский стол). В течение дня предлагаются напитки (местного производства (алкогольные и безалкогольные) в неограниченном количестве плюс дополнительное питание (второй завтрак, полдник, поздний ужин, легкие закуски, барбекю в барах отеля и т.п.);

UAL, UAI –ultra all inclusive, завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин (шведский стол). Достойный выбор сладостей, десертов, всевозможных закусок, а также широкий выбор напитков местного и импортного производства[27].

Третий день

Третий день начинается с проведения лекции акцентируясь на особенностях тур.направлений необходимых при консультации туристов на примере Испании. Длительностью 2 часа 45 минут.

Тренинг–специалист начинает свою лекцию с того, что Испания – страна приветливого солнца и изумительных вин, ласкового моря и горных гор. Испания–страна–вдохновение, ставшая родиной гениев и множества мировых шедевров.

Испанцы относятся к русским исторически хорошо, с симпатией, что уже очень важно. Здесь всегда будет берег Средиземного моря, отличный климат, европейский уровень жизни при умеренных ценах на продукты питания.

Испания является одним из самых тёплых государств в Западной Европе. Среднее количество солнечных дней составляет 260—280.

Климат: доминирует субтропический климат средиземноморского типа, с мягкой короткой зимой и сухим жарким летом. Самые теплые месяцы: июль–август(до 30–и). До 20 июня погода не стабильна (считается весной).

Перелет Екатеринбург–Барселона–Екатеринбургзанимает5–5.30 ч.

Время отстает от нашего на4 ч.

Пляжи муниципальные, аренда зонтов или лежаков примерно 5–7 евро.

Чаевые обычно входят в стоимость, Давать на чай является признаком хорошего тона.

Питание в кафе примерно 7–15 евро, вино 3–4 евро, стаканчик вермута 2 евро, вода 0,6 –1–1,5 евро.

Прокат автомобилей: напрокат можно по предъявлению кредитной карточки или документов удостоверяющего личность, водительский прав международного образца.

Барселона – сердце Каталонии, ее столица и гордость. Расположена на северо–востоке побережья. В Каталонии есть еще три провинции – Жирона, Лерида и Таррагона, столь же привлекательные по красоте ландшафтов и заселенные такими же радушными и тактичными людьми. Жирона–находится в 100 км от Барселоны и в 60 м от границы с Францией.

Ла Пинета (переводится деревня Сосновка) ,много русских. 4–5* спокойно. Самые широкие пляжи здесь, рядом Тетрагона.

Салоу– сердце туризма, хорошо для молодежи и для семей с детьми. Развита инфраструктура, хороший шопинг, много баров и дискотек. Рядом парк развлечений Порт Аventura.

Камбрильс– много отелей, пожилые немцы. Там находится порт, можно поехать на пароме на экскурсии. Много ресторанов с морскими продуктами, много рыбы. Небольшой шопинг. Тихое, спокойное, чистое место.

Коста Доурата–цена и качество, отелей выше чем на Коста Браве. Молодежный, семейный и более качественный отдых. Рядом Порт Аventura и Тетрагона. Так же есть аквапарк Акваполис, очень мелкий песок на пляже, пологий вход в море.

Отели 3–4* с небольшими территориями, практически во всех отелях есть WI FI бесплатный. отелей категории 5* – практически нет не считая GRAND PALAS 5* на Дорате и ALVAPARKRESORT 5* на Коста Браве , ориентация на респектабельный отдых, интересная, обширная экскурсионная программа. В ваучерах у туристов написан тел. гида, у них можно приобрести программы экскурсии.

Коста Брава регион молодежный, тусовочный. Отели эконом класса. Мелкий песок, но есть берега скалистые и берег где сразу глубоко.

Коста–дель–Мересе: Семейный отдых, много испанцев, вдоль побережья проходит железная дорога, крупный песок, вход в море пологий. Самый ближний регион к Барселоне и Жироне [20].

Завершением стажировочного дня является наблюдение за работой ведущих менеджеров в офисе и по телефону (прослушивание бесед и технологий работы с туристами).

Четвертый день

Проведение ролевой игры «турист–менеджер» на тему: технология продаж (как убедить потенциального туриста приехать именно в ваш офис,

технология обработки «холодных» звонков). На данном этапе тренинг-специалист выдает индивидуально разработанные для турагентства « Дом Туризма» чек-листы, где подробно изложена методика работы с туристами. Благодаря данным разработкам, будущим сотрудникам будет проще вести беседу, направленную на достижение результата (продажи тура).

После 15 минутного перерыва, специалист каждому стажеру дает индивидуальное задание. Суть, которого заключается в том, что бы максимально верно подобрать тур с учетом всех требований. Пример задания: подобрать тур молодой паре, желающей провести активный отдых, планируемые даты вылета с 07.07.16 по 14.07.16. Количество дней 7–10, рассматривают отели 3–4*, первая береговая линия, система питания – все включено. Хотят отель с хорошей анимацией. Примерный бюджет 60 000 рублей.

На протяжении 2 часов будущие сотрудники получают по 3–4 подобных запроса. После чего данные работы проверяются и разбираются с каждым индивидуально

Цель данного задания–проверить усвоение программы предыдущих дней обучения, умения пользоваться необходимыми в работе сайтами.

На последнем этапе каждый стажер закрепляется за менеджером и наблюдает за тем как опытные специалисты проводят встречи с туристами, общаются по телефону, обрабатывают онлайн заявки, отправляют письма туристам с готовыми вариантами туров.

Пятый день

Первый час посвящён повторению с тренинг-специалистом выданных чек-листов. После чего стажеры начинают самостоятельно обрабатывать звонки и онлайн заявки. По завершению первого звонка проводится анализ тренинг-специалиста и обучающегося о том, насколько результативно прошёл разговор, какие были недочеты при проведении беседы. Далее предусмотрен обеденный перерыв. Затем стажеры продолжают обрабатывать заявки и звонки. Каждая заявка фиксируется в блокноте и в конце дня

каждый отчитывается перед специалистом о проделанной работе. Последние 2 часа завершения пятого учебного дня отданы изучению пакета документов выдаваемых туристу. Специалист подробно рассказывает, что входит в базовый пакет документов при бронировании тура, детально рассказывает о ваучер и что в нем указано, медицинской страховке, маршрут–квитанции и памятки.

Шестой день

День полностью посвящен продолжению обработки телефонных звонков, онлайн заявок, электронных запросов. Для закрепления приобретенных навыков. Так же для будущих сотрудников в сфере туризма, проводится лекция по работе в программе 1:С Турагентство с практической частью, где стажер пробует самостоятельно завести договор. Каждому выдается распечатка с поэтапным планом работы в данной программе (Приложение 6).

Седьмой день

Последний день прохождения обучения начинается с написания аттестационного теста (Приложение 4). С последующей проверкой тренинг–специалиста. Цель теста – выявить усваиваемость материала полученного во время семидневного обучения.

Завершением обучением является проведение встречи с туристом. Способность самостоятельной работы в программе 1С: Турагентство. Это позволит говорить о готовности стажера приступить к профессиональной работе в должности «менеджера по туризму».

План обучающей программы для менеджеров с опытом работы

Так как помимо выпускников вузов туристской направленности, в агентство поступают резюме от специалистов имеющих опыт работы в данной сфере, нами было принято решение усовершенствовать обучающую программу (Таблица 4) цель которой заключается в том, что бы научить сотрудника работе в специфичных данному турагентству программах.

Данный курс рассчитан на 1 день, количество планируемого набора в штат компании – 2 человека.

Таблица 4

План обучающей программы для менеджеров с опытом работы

10:00–11:00	Пресс–релиз турагентства «Дом туризма», знакомство с сотрудниками, экскурсия по офису, рассказ об особенностях данного проекта
11:00–11:45	Рассказ о должностных обязанностях, регламенте агентства
11:45–12:00	Технический перерыв
12:00–13:00	Знакомство и работа с программой 1С : Турагентство
13:00–14:00	Перерыв на обед
14:00–15:00	Выдача чек– листов, необходимых памяток для работы
15:00–17:00	Отработка работы в 1С: Турагентство

В первый день обучения будущим сотрудникам рассказывается о специфике работы турагентстве «Дом туризма», должностных обязанностях. Происходит знакомство с коллективом агентства. Далее предусмотрен 15 минутный перерыв, после чего начинается поэтапный процесс обучения работы в программе 1С: Турагентство. Процесс начитки лекции и выдачи необходимых инструкций занимает 1 час (Приложение 6). После обеденного перерыва сотрудникам проходящим переобучение выдаются чек – листы которые позволят в дальнейшем облегчить ведение переговоров с потенциальными туристами[19]. Результатом данного обучение послужит умение и адаптация работы менеджера в программе 1С: Турагентство.

Благодаря данным разработанным программам повышения квалификации сотрудников, турагентства «Дом туризма» удастся:

- структурировать план обучения;
- повысить знания в сфере туризма;
- адаптироваться в работе с автоматизированными программами, специфичными для данного агенства;
- научить сотрудников психологически воздействовать на туриста, для достижения результативности переговоров (заключение договора)

Приобретенные навыки позволят увеличить число квалифицированных и компетентных сотрудников.

Методические пособия, индивидуально разработанные для проведения обучения сотрудникам турагентства «Дом туризма»

Автором дипломной работы были разработаны ряд материалов, способствующих повышению уровня профессиональности будущих сотрудников в сфере туризма. Наиболее значимыми являются чек – листы для менеджеров, которые позволяют выстроить правильную последовательность ведения диалога с потенциальным туристом, направленного на получения результата (продажи тура)[34].

Текст телефонной консультации

Цель звонка – приход туриста в офис.

Во время телефонной консультации голос должен быть уверенным и позитивным!

Здравствуйте, компания «Дом туризма», меня зовут ____! (Позитивно)

Как я могу к Вам обращаться?

Какая страна Вас интересует?

Какие даты вылета Вы рассматриваете?

В каком составе планируете поездку, есть ли детки и сколько им лет?

На сколько дней хотелось бы поехать?

Отель какой категории будем рассматривать?

Какой тип питания хотелось бы рассмотреть?

Пока идет подбор тура, позвольте записать Ваш контактный номер для связи?

На сайте sletat.ru или на любом другом поисковом сайте туров вводить все параметры тура, нажать искать, в это время продолжаем общаться с туристами:

Подскажите, какой примерно бюджет планируется на поездку, разброс цен колоссальный и мне хотелось, бы чтобы мои предложения были Вам интересны.

Вы ранее уже отдыхали в _____?

(Можно узнать у туриста, понравилось ли ему, где он был еще, какие у него ожидания от отдыха, все, что угодно, но вы должны показать туристу, что он Вам интересен и заполнять паузы в разговоре, но нужно уложиться с расспросами пока цены загружаются, цены загрузились, прекращаем расспросы).

По Вашему запросу, минимальная цена на рынке от _____ на отели _____ (название отелей нужно проговорить быстро, не заостряя на них внимание).

Как Вам такие цены?

По наличию мест на рейсе, на Ваши даты вылета по данному тарифу осталось всего 9 мест, это крайне мало!

У Вас есть возможность подъехать ко мне в офис, на месте мы сможем выбрать отель, а я попробую для Вас придержать билеты?!

Обращаю Ваше внимание, что у нас действует акция «Гарантия лучшей цены», это значит, что если Вам где-то предложат цены ниже, вы звоните мне и мы продадим вам тур по цене конкурента и сделаем дополнительную скидку.

Далее проговариваем адрес и свои контакты.

Немаловажным умением в сфере туризма, является правильная работа с потенциальным туристом удаленно, а именно по электронной почте. В пик туристического сезона поступает много запросов, с просьбами туристов выслать предложения на электронную почту. Данный вид работы для менеджера по туризму весьма не приемлем, так как не всегда есть свободное время для подготовки электронного письма, а так же нет гарантии того, что после высланных подборок отелей и экскурсий турист будет бронироваться именно у Вас. Встречаются случаи, когда после долгой переписке с менеджером по электронной почте туристы бронируются у другого специалиста, объясняя это тем что, предложили больше скидку или же другое агентство гораздо ближе к дому. Тем самым получается, что

менеджер, отправляя варианты по электронной почте облегчил своим подбором тура работу конкурентам. Многие специалисты, теряются в своих дальнейших действиях, когда поступает подобный запрос. Отвечая отказом, менеджер проявит себя как не профессионал своего дела. Поэтому немаловажным является умение лаконично переориентировать потенциального туриста приехать к Вам в офис, так как на своей территории гораздо больше возможностей заключить договор[14].

На основе данных фактов автором работы было решено разработать схему ответов, которые помогут, когда специалист не знает, что ответить туристу, чтобы не отправлять варианты на электронную почту.

Вариант 1.

Я с удовольствием бы отправила Вам на почту варианты, но у нас сейчас большой поток туристов, могу я прямо сейчас Вам предложить варианты отелей, что бы я не переживала, что не могу Вам оперативно все отправить, а Вы не ждали и уже начали бы выбирать отель?

Вариант 2. (если вариант 1 не сработал)

Хорошо, у меня последняя встреча с туристом сегодня в 22:30, я тогда задержусь и отправлю Вам варианты, ожидайте мое письмо с вариантами около 23:30, это не очень поздно, может мне лучше вам перезвонить в удобное для Вас время и продиктовать варианты?

Вариант 3. (если даты вылета ближайšie)

Я, конечно, могу отправить Вам на почту варианты, но боюсь, что пока буду готовить письмо и пока Вы с ним ознакомитесь, уже закончатся билеты на вылет, давайте я попробую придержать для Вас места, пока вы едите в офис и мы на месте уже выберем отель, я очень переживаю, что мест не будет и Вы не сможете улететь. Есть возможность сегодня приехать в офис, мы работает до ___?!

Вариант 4. (если даты вылета ближайšie)

На Ваши даты по спец. тарифу осталось всего 12 билетов, это очень мало, как только эти 12 (можно назвать любую другую цифру) мест выкупят,

ценник вырастет, давайте я попробую придержать для Вас места по этому тарифу до вечера, Вы приедете в офис и на месте, мы с Вами выберем отель. Во сколько Вам будет удобно приехать?

Вариант 5. (можно смело использовать до конца мая)

Учебный год уже подходит к концу, все определились с каникулами, спрос на лето крайне высокий, осталось всего 2 недели, я боюсь, что в связи с огромным количеством встреч не успеть Вам во время отправить варианты, возможно, Вам будет удобно прямо сейчас записать варианты, которые подходят по Вашему запросу или сразу подъехать и на месте мы сможем с Вами выбрать отель, посмотреть фотографии, почитать отзывы и забронировать тур?

Вариант 6. (лучше применять как дополнение к вышеперечисленным вариантам)

Конечно, я могу Вам отправить варианты на почту, но мне бы очень не хотелось, чтобы Вы тратили свое личное время на прочтение отзывов, вместо того, чтобы отдохнуть после работы, может Вы сможете подъехать к нам в офис и я, сразу на месте посоветую Вам отели, мы читаем отзывы и бронируем тур, что позволит Вам значительно сэкономить свое время.

Схема ответов как переориентировать туриста

с другого офиса на свой офис:

Туристу удобнее в другой офис:

1. Вы конечно можете подъехать в офис ____, однако дело в том, что офис ввиду командировки сотрудников работает в дежурном режиме, там всего 1 человек, и я боюсь, что вы много времени просидите в очереди, возможно, Вы все же сможете доехать до нашего офиса?

2. Вы конечно можете подъехать в офис ____, однако дело в том, что офис ввиду командировки сотрудников работает в дежурном режиме, там всего 1 человек и я боюсь, что вы много времени просидите в очереди, однако я предлагаю Вам не тратить свое время и оформить тур дистанционно, мы с Вами выберем отель, и я на почту отправлю Вам полный

пакет документов, а так же счет на оплату тура, вы оплачиваете счет, после чего я Вам вышлю полный пакет электронных документов на вылет, Вам подойдет такой вариант?

3.Вы конечно можете подъехать в офис ____, но мне бы очень хотелось, что бы Вы все же приехали ко мне, я буду Вас очень ждать, могу я рассчитывать на Ваш визит именно к нам в офис?

Если туристу совсем не удобен Ваш офис, и удобнее другой ваш офис:

Давайте Вы продиктуете мне свои данные, я подготовлю для Вас договор и приложения и по приезду в офис ____ Вам нужно будет только ознакомиться с документами, поставить подпись и оплатить.

Работая в должности менеджера по туризму от специалиста требуется максимум внимания, ответственности, так как из-за малейшей оплошности могут последовать серьезные проблем. В связи с этим было решено создать памятку и объединить основные правила, при соблюдении которых, менеджер никогда не попадете на штрафы (Приложение 5).

Современные темпы развития туристического бизнеса указывают на необходимость активного внедрения новых методов работы, соответствующих возросшим потребностям потребителя. В этой ситуации все большее число руководителей турагентства задумывается об автоматизации своей компании.

Наиболее известными программными продуктами по автоматизации работы туристического агентства являются:

- САМО–ТурАгент;
- Мастер–Агент;
- 1 С: Турагентство используется очень редко, так как требует затрат

В туристическом агентстве «Дом туризма» применена работа в автоматизированной программе 1С:Турагентство.

1С:Турагентство – отраслевое решение, которое предназначено для автоматизации управленческого учета в туристических агентствах.

Данная программа учитывает специфику предприятий туристического бизнеса и обеспечивает следующие возможности:

- Функции CRM–системы: Ведение базы клиентов. Фиксация всех контактов с туристами и туроператорами: входящие и исходящие звонки, письма, встречи и прочее. Отправка e–mail и SMS сообщений непосредственно из программы.
- Учет заявок туристов в разрезе направлений, туров, менеджеров и т.д.;
- Работа с пакетными и составными турами;
- Поиск туров на сайтах туроператоров и автоматическое их сохранение в справочник туров;
- Формирование печатных форм заявок на тур, договоров с туристами, путевок и счетов на оплату. При этом все необходимые данные клиента и компании подставляются из соответствующих справочников программы;
- Формирование отчетов по заявкам с контролем взаиморасчетов и финансовых показателей по каждой заявке;
- Анализ работы менеджеров турагентства по планам продаж и принесенной прибыли (Учет взаиморасчетов с туристами, туроператорами и субагентами);
- Управленческая отчетность позволяет держать под контролем наличие собственных денежных средств турагентства (Отчет о структуре денежных средств) и рентабельность бизнеса (Отчет о финансовом результате) и т.д.[32].

Данная программа значительно облегчает работу менеджера по туризму, позволяя автоматизировано и быстро подготавливать договора, следить за заявками и собственными рабочими показателями. Единственными минусами работы в данной программе являются:

- Сложность в обучаемости;
- Стоимость программного обеспечения.

Сложность в обучаемости возникает в связи с тем, что программа не широко применена в использование туристических агентств. Поэтому у многих сотрудников пришедших в «Дом туризма» из других туристических агентств возникает трудность в самостоятельном изучении данной программы. Для того что бы облегчить сложившуюся ситуацию автором работы было разработано поэтапное пособие подробно описывающие работу в программе 1С:Турагентство (Приложение 5).

Подводя итог второй главы выпускной квалификационной работы, автор пришел к следующим выводам:

- Трудоустройство в компанию тренинг–специалиста позволит проводить обучение сотрудников поэтапно, охватывая необходимые для работы в сфере туризма темы с последующим контролем полученных знаний.
- Разработанные обучающие программы нацелены на повышение квалификации как для сотрудников с имеющимся опытом работы в сфере туризма, так и для будущих сотрудников претендующих на должность «менеджера по туризму» после окончания вузов туристской направленности.
- Каждая из программ направлена на адаптацию сотрудников в работе со специфичными турагентству автоматизированными программами.
- Методические материалы, разработанные автором работы позволят сотрудникам правильно выстраивать последовательность ведения диалога с потенциальным туристом, направленного на получения результата (продажи тура), а так же уверенно работать в программе 1С: Турагентство

2.4. Экономическое обоснование проекта

Один из важнейших этапов при совершенствовании обучающей программы подготовки менеджеров по туризму является планирование предстоящих расходов. Нужно понять какие расходы будет нести

турагентство «Дом туризма», что позволит понять целесообразность программы подготовки менеджеров в сфере туризма находящихся на стадии трудоустройства, после окончания вузов туристской направленности, а так же менеджеров имеющих опыт работы.

Самым начальным этапом написания технического задания является составление сметы всех затрат, для согласования его в ближайшее время с генеральным директором «Дома туризма» Ермолаевой А.В.[9].

Затраты на обучение претендентов окончивших вузы туристской направленности на должность « менеджера по туризму» без опыта работы в данной сфере.

Затраты для совершенствования программы обучения будут состоять в следующем: оплата заработной платы плюс процент за разработку тренинг – программ специалисту проводящему семидневное обучение. Покупка лицензионного программного диска 1С: Турагентство. Тренинг – специалистом будет являться сотрудник турагентства «Дом туризма». База проведения обучения – специально выделенный кабинет, оснащенный необходимой оргтехникой, находящийся непосредственно в самом турагентстве, что позволяет после теоретических курсов не теряя времени приступать к отработке практических заданий. Планируемое количество стажеров без опыта работы – 2 человека, будущих сотрудников с опытом работы так же двое человек. Для каждого стажера потребуется 1 блокнот , 1 ручка, распечатка необходимого раздаточного материала на 1 человека составит 23 страницы (Таблица 5–8).

Таблица 5

Смета затрат на канцтовары

№п/п	Наименование статьи затрат	Ед. измерения	Цена за ед.	Кол–во ед.	Сумма
1	2	3	4	5	6
1	Блокнот А5 80л синий полимерная обложка 880Б5пмВ3 Natber	Руб./шт	56,05	2	112,04

1	2	3	4	5	6
2	Ручка шариковая Weifa 927 синяя 27778	Руб./шт	8,55	2	17,1
3	Бумага А4 80г 500л 146%СІЕ SvetoCopy Business	Руб./шт	0,46	46	21,16
4	Распечатка листа А4	Руб./шт	5,25	46	241,5
	Итого	Руб.			391,8

Таблица 6

Смета затрат на зарплату тренинг – специалисту

№п/п	Наименование статьи затрат	Ед. измерения	Цена за ед.	Кол-во ед.	Сумма
1	Зарплата (окладная часть)	Руб./смена	1000	18	18000
2	Разработка лекций, тестов, обучающих программ	Руб./программа	1000	9	9000
3	Проведение лекций	Руб./час	1000	12	12000
	Итого	Руб.			39 000

Покупка программного обеспечения1С: Турагентство –27 000 рублей

Таблица 7

Экономическое обоснования тренинга для менеджеров без опыта работы в сфере туризма

№п/п	Наименование статьи	Ед. измерения	Стоимость
1	Канцтовары	Руб./шт.	391,8
2	Зарплата тренинг–специалисту	Руб./час	39000
3	Покупка программного обеспечения1С: Турагентство	Руб./диск	27000
4	Бюджет	Руб.	70000
	Итого	Руб.	66391,8

Затраты на обучение претендентов на должность « менеджера по туризму» с наличием опыта работы в данной сфере

Затраты для совершенствования программы обучения будут состоять так же как и при разработки для менеджеров без опыта работы, единственное что изменится так это зарплата тренинг – специалисту, в связи с тем, что уменьшается количество дней и часов проведения лекций.

Таблица 8

Экономическое обоснования тренинга для менеджеров с наличием опыта работы в сфере туризма

№п/п	Наименование статьи	Ед. измерения	Стоимость
1	Канцтовары	Руб./шт.	391,8
2	Зарплата тренинг–специалисту	Руб./час	22000
3	Покупка программного обеспечения 1С: Турагентство	Руб./диск	27000
4	Бюджет	Руб.	50000
	Итого	Руб.	49391,8

Затраты компании абсолютно оправдывают себя, при трудоустройстве на работу тренинг–специалиста, который будет заниматься профессиональным обучение менеджеров, так как ежедневно менеджер проводит от 2 до 4 встреч, как правило 1 встреча всегда результативна. В среднем в месяц количество бронирований у одного специалиста 16. Стоимость одной путевки на 1–го человека в среднем варьируется от 40000 рублей. То есть доход компании ежемесячно примерно составляет 640000 рублей.

Рентабельность принятия на работу сотрудника занимающегося обучением оправдывает средства, потраченные на оплату разработанной программы

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя общие итоги проведенного теоретического и практического исследования, необходимо еще раз вернуться к полученным выводам и результатам.

В настоящее время предприятия туристской индустрии нуждаются в специалистах, обладающих базой специальных знаний и практических умений, которые нужны в сфере работы с туристами.

Такого рода знания, возможно получить только в процессе прохождения обучения. Тем самым обучение являет собой важнейший этап подготовки профессионала туристской индустрии.

В последние годы наблюдается тенденция расширения сетей туроператоров и турагентств – данный факт позволяет говорить о востребованности и популярности такой профессии, как менеджер по туризму. Однако стоит заметить, что для успешной работы в вышеупомянутой должности работнику необходимо обладать рядом компетенций и иных качеств. Итак, профессиональный менеджер должен обладать знаниями и умениями:

- ✓ в области психологии при работе с туристами;
- ✓ в деловом общении;
- ✓ в нормативно–правовой сфере туризма;
- ✓ в деятельности по подбору турпродукта, соответствующего требованиям туриста;
- ✓ доступно и лаконично объяснить плюсы и минусы отелей, сезонности курорта и т.д.;
- ✓ по взаимодействию с туристом, способностью оказать своевременную поддержку туристу, находящемуся в месте отдыха;
- ✓ в деятельности по оказанию консультаций и оформлению туристских поездок по массовым туристическим направлениям.

Все вышеперечисленные знания, умения и навыки, являются необходимыми для успешной и эффективной работы менеджера по туризму.

В ходе изучения теоретических аспектов разработки программы повышения квалификации нам удалось выяснить, что квалификация – это совокупность специальных знаний и практических навыков, определяющих степень подготовленности работника к выполнению профессиональных функций соответствующей сложности. А повышение квалификации – это подготовка кадров с целью усовершенствования знаний, умений и навыков. Для повышения квалификации специалистов и их деловых качеств организация осуществляет обучение персонала. Повышение квалификации кадров осуществляется следующими методами обучения: тренинги, программированное, компьютерное обучение, учебные групповые дискуссии, деловые и ролевые игры. Множество видов, форм и методов образовательного процесса позволяет выбирать подходящий для каждой организации.

На основе анализа процесса профессиональной подготовки менеджеров по туризму, были выявлены проблемы и намечены пути их решения. Автор разработал ряд рекомендаций с целью корректировки обучающей программы подготовки будущих сотрудников с целью повышения квалификации.

В части экономического обеспечения проекта автором работы был осуществлен перечень расходов необходимых для процесса организации обучения.

Особую ценность среди документов представляют разработанные программы и методические пособия автором.

Видеопрезентация по материалам данной работы может быть размещена на сайте турагентства «Дом туризма» а также использована в качестве наглядного материала в процессе прохождения собеседования для работы в турфирме.

Надеемся, что данные рекомендации будут успешно использоваться в процессе подготовки менеджеров по туризму в турфирме «Дом Туризма», что

приведет к повышению качества подготовки специалистов и укреплению имиджа турфирмы на рынке туристических услуг.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993 года, с изменениями от 30 декабря 2008 г
2. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132 – ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"
3. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273–ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"
4. ГОСТ Р 55318–2012. Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов.
5. Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. N 1215 "Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями"
6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 3 июня 2013 г. № 466
7. Арефьев В.Е. Введение в туризм. Учебное пособие. – М.: Изд. АГУ, 2009. – 282 с.
8. Арсеньев, Ю.Н., Щербакова, В.А. Проблемы подготовки менеджера туризма в едином образовательном пространстве // Туризм: от науки к практике. Труды Российской академии естественных наук. Том I. 2006.–148 с.
9. Боровских Л.Л. Методические указания по экономическому обоснованию дипломной работы на тему: «Разработка тура» для студентов специальности 100103. – М.: РИО УГЛТУ, 2008. – 12с.
10. Веснин В.Р. Менеджмент: учебник. – 4–е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2012. – 363с

11. Виханский О.С. Менеджмент: учебник. – 5-е изд., стереотип. – М.: Магистр; ИНФРА–М, 2011–254с.
12. Годфри Х.Г., Кеннет М.Кац. Стимулирование международного туризма в XXI веке. – М.: Изд. Финансы и статистика, 2000. – 240 с.
13. Грачева О.Ю. и др. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта: Учебно–методическое пособие. – М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и К», 2009. – 276 с.
14. Гришина Н.В. Психология конфликта.2–е изд. – М.: СПб Питер, 2005. – 464 с.
15. Дурович А.П. Организация туризма. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.
16. Егоршин А.П. Организация труда персонала: учебник / А.П. Егоршин, А.К. Зайцев. – М.: ИНФРА–М, 2011–104с.
17. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учебное пособие. – 3–е изд., перераб и доп. – М.: ИНФРА–М, 2011–586с.
18. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: учебное пособие / М.В. Ефремова. М.: Ось–89, 2001.– 165с.
19. Линчевский Э.Э. Конфликты в общении и общение в конфликте. Учебное пособие. – М.: Изд. СПб, 2000. – 72 с.
20. Окладникова Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. – М.: Изд. Корона Принт, 2002. – 383 с.
21. Простаков И.В. Иностранные термины в менеджменте: краткий толковый словарь.– М.: Изд. Финансы и статистика,2008. –125 с.
22. Сенин В.С. Туризм: мини–словарь.–М.: Изд. Финансы и статистика, 2007.– 63 с.
23. Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства: учебное пособие / Р.И. Сухов. М.: ИКЦ МарТ, 2005. –144 с.
24. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг: учебное пособие / Д.С. Ушаков. М.: ИКЦ МарТ. 2006. –386 с.
25. Классификация видов из окон номера [Электронный ресурс] Режим доступа: http://tonkosti.ru/Классификация_видов_из_окон_номера

26. Классификация номеров размещения [Электронный ресурс] Режим доступа: http://tonkosti.ru/Классификация_номеров
27. Классификация питания [Электронный ресурс] Режим доступа: http://tonkosti.ru/Классификация_типов_питания
28. Классификация размещения [Электронный ресурс] Режим доступа: http://tonkosti.ru/Классификация_типов_размещения
29. Обучение персонала [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Kadroviku/Obuchenie-personala.p>
30. Официальный сайт турагентства «Дом туризма» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://дом-туризма.рф>
31. Профессиональные стандарты в сфере туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://russiatourism.ru/content/3/section/35/detail/3512/>
32. Системы автоматизации для турагентств [Электронный ресурс] Режим доступа: http://pro.tonkosti.ru/ittehnologii_v_turizme/sistemy_avtomatizatsii_dlya_turagentstv_kakuyu_vybrat-28792761
33. Технология обслуживания клиентов турфирмы [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://katalog.turkompot.ru/turizm/C/1.7.3..php>
34. Технология продаж туристских услуг [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.promgups.com/kafedra/wpcontent/uploads/2015/02/Технологии-продаж-тур.услуг.pdf>
35. Туршкола услуг [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.geograftour.com/ru/kursy-po-turizmu/all_courses/ochnye-programmy-po-turizmu/
36. Туризм как клиенториентированный вид деятельности [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2016/1527/18596>
37. Школа туризма [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://schooltourism.ru/courses>

Анкета для сотрудников турагентства

1. Как давно Вы работаете в турфирме?
 - а) 1 год
 - б) 2–3 года
 - в) более 5 лет
2. Работа для меня:
 - а) интересна и удовлетворяет
 - б) интересна
 - в) не интересна и не удовлетворяет
 - г) не интересна и я жду возможности уйти
3. Что в работе Вам мешает и что бы хотели изменить?
4. Что для Вас важно в работе?
 - а) свободный рабочий график
 - б) возможность карьерного роста
 - в) дружный коллектив
5. Сколько времени проходил процесс обучения (стажировка)?
 - а) 1 день
 - б) 3–5 дней
 - в) стажировка отсутствовала, обучением занимались самостоятельно
6. Какую работу выполняли в период обучения?
7. Что понравилось / не понравилось?
8. Был ли наставник на период стажировки?
 - а) да
 - б) нет
 - в) обучением занимался менеджер компании
9. Как проходила аттестация по результатам обучения?
 - а) отсутствовала
 - б) в виде тестирования
 - в) свой ответ
10. Оцените по 5–ти бальной шкале процесс обучения

Географический тест

1. Столица Турции
2. Какое государство называют «Золотыми песками»?
3. Кубинская валюта
 - а) доллар б) рупии в) песо
4. В каком городе находится Тадж-Махал?
 - а) Агра б) Дели в) Джайпур
5. Столица Бразилии
6. Разница во времени между Екатеринбургом и ГОА составляет:
 - а) 2 часа б) 30 минут в) 6 часов
7. Какое море на Кипре?
 - а) Средиземное б) Аравийское в) Карибское
8. Родина тюльпанов:
 - а) Венгрия б) Хорватия в) Нидерланды
9. На побережье, какого залива находится Дубай?
 - а) Камбейского б) Аденского в) Персидского
10. Столица Канады
11. Какая валюта в Индии?
 - а) донг б) сом в) рупия
12. Горнолыжный курорт в Турции
 - а) Улудаг б) Махмутлар в) Кириш
13. Где находится Уругвай?
 - а) Африка б) Северная Америка в) Южная Америка
14. В какой стране не говорят на испанском языке?
 - а) Доминикана б) Аргентина в) Бразилия
15. Как называется самая длинная горная цепь на Земле?
 - а) Альпы б) Уральский хребет в) Анды
16. Какая из стран омывается тремя океанами?
 - а) Китай б) США в) Германия

17. Где расположена река Сена?

а)Рим б)Париж в)Прага

18. Куда возят туристов в Египте для просмотра древнегипетских архитектурных сооружений?

а)Хургада б)Луксор в)Таба

19.Столица Аргентины

а) Буэнос– Айрес б) Рио–де–Жанейро в) Сан–Пауло

20. Где находится стена плача?

а) Иерусалим б) Тель–Авив в) Эйлат

Ответы: 1–Анкара; 2–Болгария; 3–в; 4–а; 5–Бразилиа; 6–б; 7–а; 8–в; 9–в;10–Оттава; 11–в; 12–а; 13–в; 14–в; 15–в; 16–б; 17–б; 18–б; 19–а; 20–а.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

Популярные сайты, посвящённые туризму.

- Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорт туризма России (www.russiatourism.ru);
- Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ (www.mid.ru);
- Турсоветник–юридические и бухгалтерские услуги г. Екатеринбург (www.tursovnetnik.ru);
- Профессиональный туристический портал (www.tourdom.ru);
- Тонкости продаж (www.tonkosti.ru);
- Рейтинг отелей и гостиниц мира, отзывы по отелям (www.tophotels.ru);
- Турправда – отзывы по отелям (www.turpravda.com);
- Отзывы туристов с фотографиями и рейтингами(www.tury.ru);
- Портал« Все о туризме и путешествиях» (www.travel.ru);
- Федеральная служба судебных приставов (www.fssprus.ru);
- Федеральная таможенная служба (www.customs.ru).

Популярные поисковые туристические системы

- bronne.ru;
- sletat.ru;
- turpoisk.ru;
- ruspo.ru;
- tourindex.ru;
- tour-box.ru;
- tripadvisor.ru.

Аттестационный тест

1.Какая категория мест в самолете, считается наивысшей по уровню комфорта?

- а) эконом–класс б) первый класс в) бизнес–класс

2.Обозначение системы питания «завтраки и ужины»

- а) ВВ б)FB в) НВ

3.Под «туристским маршрутом» понимается?

а) заранее спланированная трасса передвижение туристов в течение определенного периода времени

б) заранее спланированная трасса передвижения туристов без определенного периода времени.

- в) не запланированное путешествие

4.Сколькодействует биометрический паспорт?

- а)5 лет б) 3 года в) 10лет

5.Ситуация, когда одно и то же место забронировано или продано сразу несколькими лицам

- а)овербукинг б)форс–мажор в)перебронь

6.Цель первого телефонного разговора с потенциальным туристом:

- а) Продажа.

- б) Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.

в) Достижение договоренности о дальнейшей встрече

7.Верным ответом менеджера по туризму в ситуации, когда турист указывает ему на преимущества конкурента, будет:

- а) «Вы не правы, я сейчас расскажу Вам, конкретно в чем».

б) «Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов».

в)«Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших».

8.Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по туризму на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

а) «Да, у нас дорого».

б) «Да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции».

в) «Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!»

9. В течение скольких дней турист вправе предъявить в письменном виде претензию турфирме после окончания путешествия.

а) 7 дней б) 10 дней в) 20 дней

10. В течение скольких дней рассматривается претензия туриста?

а) 7 дней б) 10 дней в) 14 дней

11. Понятие «рафтинг» – это...

а) восхождение б) катание на катамаране в) сплав по реке

12. Как называется пребывание в транзитном городе более 24 часов?

13. Какая валюта в Чехии?

а) донг б) крона в) цент

14. Какие города включены в «Золотой треугольник» Индии?

а) Агра, Дели, Джайпур

б) Агра, Бенаулим, Вагатор

в) Джайпур, Гоа, Нью–Дели

15. Восколько по стандарту происходит заселение и выселение из отеля?

а) выезд до 10:00, заселение до 12:00

б) выезд до 9:00, заселение до 14:00

в) выезд до 12:00, заселение до 14:00

16. Требуется ли виза туристам, прибывающим в ОАЭ сроком более 7 дней?

17. Документ, содержащий подробное описание услуг, которые должен получить турист на отдыхе

а) страховка

б) памятка

в) ваучер

18. Как обозначается одноместный номер?

а) DBL б) EXB в) SGL

19. Тип номера в гостиницах, приближенный к виду современных квартир, имеющих места для приготовления еды; двух-и более комнатная квартира с кухней

а) Family Room

б) Appartement

в) Superior

20. Федеральный закон, регулирующий туристическую деятельность в РФ

Ответы: 1-в; 2-в; 3-а; 4-в; 5-а; 6-а; 7-в; 8-б; 9-в; 10-б; 11-в; 12-Стоповер; 13-б; 14-а; 15-в; 16-да; 17-в; 18-в; 19-б; 20-ФЗ №132 "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

Памятка для менеджеров

1. Обязательно проверять срок действия паспорта.
2. Обязательно информировать туристов, которые отдыхают с детьми о необходимости нотариально заверенной доверенности на выезд ребенка.
3. Обязательно звонить туристу накануне вылета и информируем о времени и аэропорте вылета.
4. Все скидки выше 5% обязательно согласовываем с руководителем офиса.
5. При бронировании тура берем не менее 50% от стоимости тура и в течении трех дней после подтверждения , оставшиеся 50%.
6. Перед тем как нажать «ок» при бронировании в личном кабинете ТО, еще раз проверяем стоимость.
7. Сразу распечатывать подтверждение.
8. Во всех документах при оформлении тура должна стоять подпись туристов.

Инструкция для менеджеров по работе в программе

«1С: Турагентство»

Заполнение справочников.

Контрагенты и туристы:

Справочник «Контрагенты» объединяет собой физических и юридических лиц, то есть контрагентом является держатель дисконтной карты, которая определяет его процент скидки при расчетах. К каждому контрагенту может быть привязано неограниченное количество физических и/или юридических лиц, которые будут пользоваться его дисконтной картой (скидкой) при оформлении путевок. Для контрагента менеджер может создавать себе или другим менеджерам напоминание по любым событиям непосредственно из справочника. При заполнении заявки для ускорения ввода списка туристов, может быть использована привязка физических лиц к контрагенту.

Физические лица:

В карточке физического лица заполняются все необходимые для оформления договора и заявки реквизиты, а также контактная информация. На закладках «Общегражданский паспорт» и «Заграничный паспорт» заполняются данные о паспортах гражданина. На закладке «Контактная информация» заполняется любая контактная информация (номера телефонов, e-mail и т.д.). Для присоединения файлов к карточке физического лица следует указать в константах «Каталог для хранения отсканированных файлов». При переходе на закладку «Файлы» проверяется в каталоге, указанном в константах наличие каталога с наименованием физического лица, если его нет, то он создается и все файлы, добавленные для этого физического лица, будут сохранены в выбранном каталоге. Перед сохранением файла пользователю задается вопрос о типе (название файла для записи), для того, что бы не задавать имя файла в ручную. Если

однотипных файлов несколько, то им автоматически присваивается порядковый номер. Во избежание ошибок при вводе адресов физических лиц целесообразно использовать адресный классификатор адресов, его можно загрузить их всероссийского классификатора адресов в справочник «Адресный классификатор», который находится в меню «Справочники» – «Служебные».

Офисы турагента:

В справочнике «Офисы турагента» заполняются данные об офисах турагента. Контактная информация, которая будет использоваться в печатных формах, например заявки для туристов, руководитель офиса и основная фирма, а также префикс документов. В константе «Турагентство» задается офис, в котором установлена база данных.

Служебные справочники:

Внешние печатные формы:

В справочнике задаются обработки, которые будут использоваться для формирования печатных форм объектов базы данных. В нужной категории (папке) создается новый объект – печатная форма, для которой задается внешний файл обработки, наименование кнопки, объект для которого будет формироваться данная форма, а также задается право доступа, которое определяет видимость кнопки для пользователя. В общем случае механизм внешних печатных форм работает следующим образом: При открытии формы объекта базы данные, в справочнике по идентификатору находятся элементы и если у пользователя включено право печати, указанное в реквизите «Право доступа» то для пользователя на форме объекта формируется меню «Печать» с кнопкой описанной в справочнике.

Сетка агентских комиссий:

В регистре задаются проценты отчисления субагенту при операциях с оператором. Используется для автоматического расчета суммы комиссий. Таблица не обязательна к заполнению, так как может быть установлено в ручную при расчете себестоимости заявки.

Адресный классификатор:

В базу данных может быть загружен адресный классификатор – всероссийский классификатор адресов, который будет использован для выбора при заполнении адресов и упорядочения информации об адресах. По кнопке «Загрузить классификатор» можно автоматически заполнить справочник данными из всероссийского классификатора адресов с фильтром по области.

Виды контактной информации:

Описывает виды контактной информации для объектов, которыми следует их задавать, ограничивает их по типам. Пользователь может задавать разные наборы типов для разных объектов контактной информации. Для каждого из объектов контактной информации следует задавать свой тип. Например, если у Организации требуется заполнять E-mail и у Физического лица может быть E-mail, то в этом справочнике требуется ввести две строки с типом E-mail и разными объектами (в колонке «Вид объекта контактной информации»). В колонке «Наименование» задается название, как его увидит пользователь при выборе и заполнении данных о контактной информации.

Справочники «Настройки»:

Дополнительные услуги:

В справочнике описываются типы дополнительных услуг, которые могут быть включены в путевку туриста, сама же услуга, если требуется ее расшифровка, может быть указана в заявке.

Источники информации:

Описывает источники информации, из которых клиент получил данные о турагентстве, используется в документе «Заявка на путевку» для анализа результатов рекламных компаний

Вопросы и ответы:

Элементы справочника описывают вопросы, которые задаются при анкетировании клиентов, а так же задают формализованные ответы на них. Для создания анкеты, требуется в справочнике создать группу, внутри

которой будут располагаться вопросы анкеты. Связь анкеты и задачи, задается в справочнике задач. Вопросы анкеты могут иметь три типа:

- Информационное сообщение – пользователю открывается окно с текстом, которое требуется транслировать клиенту,
- Да– Нет – пользователю открывается текст вопроса, который может иметь только два варианта ответа: да или нет, которые выбираются нажатием на соответствующую кнопку,
- Многовариантный – предполагает любое количество ответов на вопрос.

Порядок вопросов в анкете задается реквизитом «Приоритет», вопросы задаются в порядке его убывания. Но порядок может быть изменен, в случае ветвления анкеты, тогда в ответе указывается вопрос на который следует перейти, после выбора данного ответа.

В реквизите «Ответ» указывается то, что пользователь увидит на форме при выборе ответа, а в реквизите «Описание ответа» задается читабельный текст, который будет затем помещен в результат контакта с клиентом.

Номера отелей:

Для описания номеров отелей используется справочник «Классификация номеров», который описывает допустимые варианты размещения туристов, но не описывает категорию номера, так как у разных отелей могут быть различные категории и категория номера может быть указана как в справочнике «Категории номеров», так и непосредственно в заявке на тур, как текстовое описание. Категории номеров, заданные в справочнике «Категории номеров» помогают пользователю быстрее заполнить заявку на тур.

Информация о географии:

Информация о географических объектах содержится в справочниках «Страны», «Города», «Отели» и «Аэропорта» (отправленные точки) и вводится на форме «Ввод информации о географии». В верхней части формы выбирается страна, для которой указаны валюта, коды, флаг и коды

международной классификации. При этом в таблице городов устанавливается отбор по выбранной стране, тем самым пользователь видит только города, которые подчинены стране. Для выбранной страны может быть распечатана визовая информация по кнопке «Печать», которая задается на форме редактирования страны на закладке «Визовая информация». Если требуется, чтобы страна вместе со своими курортами (городами) автоматически попадала в таблицу отложенного спроса, при формировании заявки на отложенный спрос, то требуется отметить соответствующую галочку.

При выборе города в таблице городов, на таблицы Отели и Аэропорты устанавливается отборы по выбранному городу. Для отелей задается наименование и наименовании по английски для печатных форм, а также указывается класс отеля, который будет невозможно исправить в заявке на тур. Для аэропортов может быть справочно задано расстояние в километрах от города до аэропорта и приблизительное время трансфера.

Финансовые гарантии операторов:

В договоре с клиентом обязательно должны быть зафиксированы финансовые гарантии оператора, предоставляющего тур. Заполнить их можно через меню «Справочники» – «Служебные» – «Финансовые гарантии оператора». В данный регистр сведений заносится оператор из справочника «Юридические лица» и его финн. Гарантии. Эти сведения могут быть использованы в договоре с клиентом или в любых других местах.

Заявка на тур:

Журнал заявок, поиск:

Все существующие в системе заявки на туры располагаются в журнале «Журнал путевок», который состоит из нескольких частей:

Табличная часть документов, в которой располагаются ссылки на документы с необходимой для пользователя информацией из шапки документов. Цветами выделяются текущие статусы заявок (желтый – заявка, зеленый – подтверждена, розовый – отменена, белый – закрыта), VIP

контрагенты (красным квадратом) и просроченные даты (розовым) для привлечения внимания пользователя, Разделом «Поиск и отбор по значению», при помощи, которого пользователь может искать заявки по любым полям, задавая их значения (возможен поиск по вхождениям, то есть не полное соответствие значений). В поле «поле для поиска» выбирается поле для поиска, а в поле «Значение» задается значение, по которому будет происходить поиск

Таблицы «Реализация», заполняется в случае, если заявка на тур имеет состояние «закрыта» и отражает финансовый результат по выбранной заявке в зависимости от установленных полномочий пользователя

Таблицы «Туристы», которая позволяет, не открывая форму заявки, увидеть количество и даты рождений туристов,

Таблиц взаиморасчетов с «Клиентом», «Агентом» «оператором», отражающих состояние взаиморасчетов по выбранной заявке в зависимости от установленных полномочий пользователя. В случае непогашенной задолженности под таблицей отображается надпись о дате оплаты синего цвета, если эта дата в будущем и красного, если она уже просрочена.

В таблице возможны также отборы, сортировки стандартными средствами 1С: Турагентство.

На верхней панели окна присутствуют кнопки, работающие для выбранной в таблице заявки. «История туров» отчет по прошлым турам, выбранного контрагента. «Реализация менеджера» закрытые и рассчитанные заявки по менеджеру за текущий месяц. Информация о туристах помогает быстрее перенести данные в заявку на сайте оператора. Дерево подчиненности показывает подчиненные документы, выбранной заявки

Ввод новых заявок:

Для оформления заявки на тур и договорных отношений с туристами вводится документ «Заявка на тур». Ввод осуществляется при помощи мастера, в котором задается контрагент Заказчик тура, период действия тура, который может быть задан как датами, так и количеством дней или ночей. На

второй странице задается оператор тура, а также номера СПО и заявки оператора и необязательное поле – источник информации о турагентстве. По окончании работы мастера пользователю открывается форма документа «Заявка Тур». В шапке автоматически заполняются служебные реквизиты документа: фирма, подразделение, автор и дата создания документа. На закладке «Заказчик» указываются даты оплаты заказчиком и выдачи документов, а также отмечается место выдачи документов. На закладке «Оператор» могут быть изменены реквизиты заявки оператора, а также указаны даты подачи документов на визу, если страна посещения визовая. На закладке «Агент», если он существует, заполняется агент, менеджер агента и задается способ расчета – через комиссионное вознаграждение или нет.

Таблицы заявки на тур:

Туристы:

На закладке «Туристы» заполняется табличная часть туристов. Туристы могут быть выбраны как из справочника «физических лиц», так и введены непосредственно в форму (при этом информация о паспортных данных сохранится только в документе и не может быть использована в последствии еще раз, а также транслитерация ФИО при печати заявок может быть произведена некорректно, если в ней встречаются отсутствующие в латинском языке буквы). Один из туристов, от имени, которого будет заключен договор и чьи контактные данные будут использованы для заполнения договора, должен быть помечен как ответственный турист. По кнопке «Заполнить по заказчику» таблица автоматически заполняется физическими лицами, привязанными к контрагенту заказчику тура.

Отели:

На закладке «Отели» задаются отели, будут посещены туристами, причем для каждого номера и отеля вводится отдельная строка. Также если тур состоит из нескольких неразрывных временных промежутков, то для каждого промежутка вводится отдельная строка. В строках указываются: Страна, Направление (город), Отель, класс отеля (запрещено к

редактированию), тип номера (из соответствующих справочников) и категория (может быть выбрана из списка или введена вручную, так как каждый отель может использовать свои категории номеров), а также тип питания, даты выезда, валюта (курс на дату заполнения документа, в последствии может быть изменен), стоимость в валюте и скидка в процентах. Результат расчета сразу отображается в области «Итоговая стоимость тура» в строке «Тур» как сумма всех строк таблицы. В каждой строке обязательно задается оператор, предоставляющий услуги по заселению в отели. По умолчанию реквизит заполняется оператором из шапки документа, но может быть изменен пользователем на любой другой в случае сложных туров.

Транспорт:

На закладке «Транспорт» описывается полетный график и или билеты, если они приобретаются отдельно от тура. Рекомендуются указывать время и прилета. Пользователь заполняет первую строку, в которой указывает билеты прямого направления. При копировании строки пункты отправления и назначения меняются местами для ускорения ввода информации. Если стоимость билетов не входит в стоимость тура, описанную на закладке, то для каждого билета может быть введена его стоимость, а так же валюта расчета, курс валюты и количество билетов.

Визы:

На закладке «Визы» описывается стоимость и порядок получения виз, если таковые необходимы для тура. Общая стоимость выделяется строкой с наименованием «Визы» задается аналогично другим таблицам – количеством, стоимостью, валютой расчета курсом валюты. Дополнительно может быть указана дата подтверждения визы для контроля со стороны менеджера за сроками выдачи и получения.

На закладке «Характеристики» задаются любые дополнительные характеристики тура, как платные, так и бесплатные. Могут быть добавлены статичным набором по кнопке «основные характеристики». Общая стоимость

выделяется строкой с наименованием «Услуги», задается аналогично другим таблицам – количеством, стоимостью, валютой расчета и курсом валюты

Работа с заявками

Так как работа по заявке может происходить длительное время, при каждом ее открытии, происходит пересчет всех услуг по заявке на текущий курс валют и полученные изменения отображаются в стоках итоговой стоимости тура. Это позволяет менеджеру оценить сумму ущерба от повышения курса (изменения курса отображается со знаком «+») или дополнительную прибыль от понижения курса (изменения курса отображается со знаком «-») и принять решение о необходимости пересчитывать заявку. Если такая необходимость возникает, то менеджер может пересчитать всю заявку или только одну из таблиц по кнопке «Действия» на нижней панели документа. Менеджер в процессе работы с заявкой отмечает ее состояние статусами, меняет даты, состав тура и любые составляющие, печатает необходимые документы по кнопке «Печать» на нижней панели документа. А также можно создавать себе напоминания, по выбранной заявке нажимая кнопку «Напоминание», в котором указывает когда и как часто, а также что, следует напоминать ему об этой заявке.

Любые изменения в заявке будут приняты только после записи ее в базу данных по кнопке «Записать» или «ок». В случае если не требуется сохранять сделанные изменения, то можно закрыть заявку по кнопке «Закрыть» и на вопрос о сохранении изменений ответить отрицательно.

Оплата заявок:

Оплата через кассу «Кассовый ордер»

При оплате заявки менеджером на основании заявки вводится документ «Кассовый ордер, в котором выбирается тип документа, в зависимости от типа операции. Если в заявке содержится несколько различных валют, то для оплаты потребуется создать несколько документов для каждой валюты взаиморасчетов. При вводе на основании, документ «оплата через кассу» заполняется автоматически в зависимости от

выбранного типа и от наличия (отсутствия) агентов в заявке. Пользователь может выбрать сумму оплаты, как в валюте, так и в рублях. Если задается валютная сумма, то происходит пересчет рублевой по текущему курсу, если рублевая, то пересчет курса, если курс, то пересчет рублевой суммы. То есть приоритетной при взаиморасчетах считается выбранная валютная сумма. Если оплата производится платежной картой, а не взносом наличных ДС в кассу, то в документе отмечается соответствующая галочка. При наличии отметки рентабельность заявки рассчитывается с учетом комиссии банка в размере 1,5%.

После проведения документа он становится недоступным для редактирования.

Оплата через банк (банковская выписка):

Если оплата Заявки производится безналичным способом, то оформляется документ «Банковская Выписка» в меню «Журналы » – «Банковская выписка». В документе возможно автоматическое заполнение по задолженности контрагентов по кнопке «Заполнение таблицы по долгам контрагентов», в которой выбираются задолженности клиентов, агентов или операторам. При этом автоматически заполняется колонка «Задолженность» как в валюте долга, так и в рублях. При выборе заявки вручную (в момент добавления строки в табличную часть документа) пользователю предлагается выбрать задолженность, которую следует погасить, данные по ней заносятся в таблицу

Пользователь заполняет колонку «Сумма» платежа, меняя либо сумму в рублях, курс или сумму в валюте, а также если банком взимается комиссия за платеж, то проставляет процент этой комиссии от суммы. Если валютная сумма задолженности не покрывается на 100% платежом, то такая сумма подсвечивается розовым цветом. Для более полной информации рекомендуется заполнять колонки «Счет контрагента» и «Назначение платежа» а также «Примечание», в которую попадает номер СПО и комментарий из заявки

В общем, так как взаиморасчеты ведутся в валюте задолженности, то в случае, если сумма в валюте закрывается данным платежом полностью, автоматически закрываются курсовые разницы, которые могли возникнуть при различных курсах платежей и появления задолженности.

Закрытие заявок:

Для того, что бы зафиксировать коммерческий результат от заявки, а также для фиксации факта контроля в заявку введен статус «Закрыта». Устанавливать данный статус может пользователь с установленным полномочием «Разрешить закрывать заявки». После установления такого статуса, заявка для пользователей, у которых не установленное данное полномочие становится недоступной для редактирования. Целесообразно данное полномочие, устанавливать только тем пользователям, у которых установлены полномочия «Привилегированная видимость», так как закрывать заявку следует после того, как она полностью оплачена всеми участниками сделки

Заявки в статусе «Закрыта» делают движения в регистре «Реализация» по которому рассчитывается бонусная часть зарплаты менеджера и фиксируется коммерческий результат, рассчитываемый по оплатам всех участник операции. Результаты можно увидеть в отчетах «Реализация менеджера» – показывает клиентскую стоимость и бонусную часть менеджера в соответствии с выполнением его плана, а так же «Реализация» показывает все данные по закрытым заявкам.