

Практичні рекомендації для учнів групи 24

Професія: Агент з організації туризму

Тема 1. Ознайомлення з туристичним підприємством. Безпека праці, пожежна безпека в туристичному підприємстві.

1.1 Ознайомлення з туристичним підприємством. Безпека праці, пожежна безпека в туристичному підприємстві.

Мета уроку

Навчальна : ознайомити учнів з туристичним підприємством, закріпити знання з вивчення безпеки праці та пожежної безпеки , організація роботи в туристичному підприємстві

Виховна: виховувати в учнів відповідальність, точність, пунктуальність, виховати інформаційно-освічену особу, культуру роботи та інтерес до вивчення професії «Агент з організації туризму»

Розвивальна: розвивати логічне мислення і пізнавальний інтерес учнів до обраної професії.

Матеріали до теми та пояснення трудових операцій:

Пожежна безпека — стан об'єкта, при якому з регламентованою ймовірністю відкидається можливість виникнення та розвиток пожежі, і впливу на людей її небезпечних факторів, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Охорона праці відіграє важливу роль як суспільний чинник, оскільки, якими б вагомим не були трудові здобутки, вони не можуть компенсувати людині втраченого здоров'я, а тим більше життя.

Тому, в Законі України «Про охорону праці» підкреслюється, що основним принципом державної політики України є пріоритет життя і здоров'я людини над результатами її праці.

Менеджер з туризму зобов'язаний дотримуватись вимог законодавчих та загальних нормативно-правових актів України з питань охорони праці, пожежної і

радіаційної безпеки та безпеки життєдіяльності, а також інструктивно-методичних документів з питань безпеки життєдіяльності.

Також менеджер з туризму повинен бути ознайомлений з такими Державними міжгалузевими та галузевими нормативними актами про охорону праці як «Типове положення про навчання, інструктаж і перевірку знань працівників з питань охорони праці»; «Типове положення про інструктажі, спеціальне навчання та перевірку знань з питань пожежної

Безпека життєдіяльності (БЖД) – це система знань, спрямованих на забезпечення безпеки у виробничому і невиробничому середовищі з урахуванням впливу людини на життєве середовище.

БЖД в туристичній індустрії – невід'ємна частина і загальна освітня складова підготовки всебічно розвинутого професіонала туристичної сфери, саме тому ця дисципліна повинна вивчатися і засвоюватися студентами всіх туристичних спеціальностей вузів. Стосовно туристичних спеціальностей особлива увага при вивченні надається системі законодавчих актів, організаційних, інженерно-технічних, соціально-економічних, гігієнічних і лікувально-профілактичних заходів і засобів, що забезпечують безпеку, збереження здоров'я і працездатності людини. Мета дисципліни – теоретична і практична підготовка студентів до забезпечення здорових і безпечних умов життєдіяльності туристів, безпечних умов праці тощо. Завдання дисципліни – навчити майбутніх фахівців туристичної галузі застосовувати перераховані заходи, а також досягнення сучасної науки і передової практики для профілактики травматизму.

Туризм – це одна із найбільш перспективних галузей в Україні, яка у багатьох країнах світу є головним джерелом прибутку.

Туризм - це сфера господарського комплексу, що забезпечує десяту частину світового валового продукту. Ця галузь розвивається швидкими темпами і в найближчі роки вона може стати найбільш важливим сектором підприємницької діяльності.

Туристичне підприємство - це самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи, здійснює комерційну та науково-дослідну діяльність із метою отримання прибутку.

Туристичний бізнес приваблює підприємців невеликим стартовим капіталом, швидким терміном його окупності, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності і тому знання основ туристичної діяльності має надзвичайно важливе значення при підготовці працівників туристичної сфери, підвищенні професійного рівня, вивченні світової економіки та економіки України.

Україна з перших днів незалежності впевнено стала на шлях створення власної туріндустрії, проголосивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки.

На даний момент туристичний бізнес в Україні знаходиться на стадії становлення. З кожним роком збільшується кількість туристичних підприємств, покращується механізм надання туристичних послуг та система функціонування галузі. В Україні з її багатою історичною спадщиною і безцінними рекреаційними ресурсами туристичний бізнес розвивається з переважною орієнтацією на виїзд.

У сучасному світі туризм - це багатобічне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками.

Професійна практика є завершальним етапом навчання і проводиться з метою узагальнення і вдосконалення знань, практичних умінь і навичок, набуття професійного досвіду.

На ринку туристичних послуг функціонує велика кількість підприємств, які пропонують різноманітні туристичні характерні та супутні послуги. У м. Києві зареєстровано 2257 туристичних підприємств, 1074 – турагенти і 1183 – туроператорів.

Управління матеріально-технічними ресурсами підприємства

Туристичні підприємства для здійснення виробничого процесу використовують певні засоби: матеріальні, трудові, природні, інформаційні, грошові. Отже, важливого значення набуває визначення засобів виробництва.

Матеріально-технічна база туризму охоплює комплекс туристичних споруд (будівель), їх технічне устаткування (оснащення, інструменти), транспортні засоби та інші основні засоби. Отже, основні засоби туристичного підприємства є сукупністю матеріальних ресурсів (об'єктів і устаткування) разом із необхідними

елементами оснащення. Вони мають полегшити працівнику процес надання послуг, а з погляду туриста - підвищити задоволення від споживання туристичного продукту завдяки відчуттю високої якості послуги.

Ефективність діяльності туристичного підприємства багато в чому залежить від його організаційної структури, принципів її побудови та постійного вдосконалення.

Організаційна структура посідає особливе місце у внутрішньому середовищі туристичного підприємства.

Організаційна структура туристичного підприємства - це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, які перебувають між собою в сталих відносинах, що забезпечує їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

Елементи структури - це окремі працівники, служби та інші ланки, задіяні в діяльності фірми, а відносини між ними підтримуються завдяки зв'язкам, що прийнято поділяти на горизонтальні і вертикальні.

Горизонтальні зв'язки мають характер погодження і є, як правило, однорівневими, Вертикальні зв'язки - це зв'язки підпорядкування, необхідність в них виникає при ієрархічності управління, тобто за наявності декількох рівнів управління.

Таким чином, у загальному характеризуючи організаційну структуру, можна виділити декілька положень, що визначають її значимість

- організаційна структура фірми забезпечує координацію всіх функцій управління;
- структура організації визначає права і обов'язки (повноваження і відповідальність) на управлінських рівнях;
- від організаційної структури залежить ефективність діяльності фірми, її виживання і процвітання;
- структура ще склалась у конкретній фірмі, визначає організаційну поведінку її співробітників, тобто стиль управління та якість праці колективу.

Основні вимоги, що пред'являються до формування сучасної організаційної структури туристичного підприємства, такі:

- відповідність організаційної структури цілям та завданням підприємства;
- охоплення всіх функцій менеджменту на підприємстві;
- чіткий розподіл функцій і обсяг робіт за рівнями управління;

- раціональне поєднання централізації і децентралізації кожної функції;
- наявність на кожному рівні управління системи організації ро біт, інструкцій, нормативів та норм виконання робіт;
- визначення прав та обов'язків кожного рівня управління;
- розмежування повноважень і кола відповідальності.

Таким чином, для формування правильної організаційної структури необхідно здійснити поділ підприємства по горизонталі на блоки, які відповідали б найважливішим напрямам діяльності з реалізації стратегії:

- встановити співвідношення повноважень різних посад (що було передбачено посадовими інструкціями), при цьому керівник регламентує діяльність кожного відділу;
- визначити посадові обов'язки як сукупність певних завдань і функцій, які також передбачені інструкцією на кожному посадову особу.

Кожна посадова особа приймає рішення в межах своєї компетенції і функціональних обов'язків, але вона може виявити ініціативу, хоча напрям ініціативи визначений посадовою інструкцією. Кожне підприємство прагне стабільності, але все більшим є усвідомлення того, що зміни є необхідним атрибутом кожної організації в сучасних ринкових умовах. Методика проведення роботи і правила також мають бути стабільними, але їх зміна цілком допустима, оскільки підприємству доводиться адаптуватися до зміни зовнішніх та внутрішніх факторів, що постійно виливають на його діяльність. Підбір кадрів до апарату управління здійснюється за такими критеріями, як професіоналізм, досвід роботи, набуття ділових якостей.

Організаційна структура стає більш міцною і життєздатною тільки в тому разі, коли в організації встановлюється чітка ієрархія на підпорядкованість, тобто коли управлінські дії головного керівника здійснюються по вертикалі. Саме за таких умов в організації формується той ланцюг командування, який забезпечує підпорядкування будь-якого суб'єкта діяльності одній особі - вищому керівникові (генеральному директорові).

Очолює туристичне підприємство генеральний директор, який, в свою чергу, підпорядковується Голові Зборів учасників.

Директор має чимало різних обов'язків і відповідає за їх виконання, тобто його робота передбачає виконання ряду завдань. Іноді виникає необхідність сконцентрувати всі зусилля на вирішенні одного завдання. Тоді доцільно призначити певну особу, яка відповідала б за виконання даного завдання, а отже, самостійно приймала рішення, визначала виконавців і шляхи вирішення поставлених завдань. Наприклад, виникає необхідність віднайти постачальника будь-якої ексклюзивної послуги за найнижчими цінами. Це завдання генеральний директор може доручити головному менеджеру з туризму і очікувати на його виконання (як правило, встановлюють ся конкретні терміни). Кожен працівник має визначені функціональні обов'язки, які повинен виконувати в певні терміни та звітувати перед керівництвом.

Генеральний директор одночасно є лідером, який об'єднує організацію у згуртовану команду. Важливі рішення приймає директор, але ряд конкретних поточних рішень приймають і підлеглі.

Генеральний директор представляє інтереси підприємства у відносинах з іншими організаціями як в Україні, так і за кордоном, укладає угоди та інші акти, необхідні для забезпечення функціонування підприємства. Має право раз на рік проводити аудиторську перевірку фінансово-господарської діяльності, вирішує питання щодо службових відряджень, у т. ч. за кордон.

За необхідності директор скликає весь персонал на виробничі наради, де вирішуються оперативні питання, визначаються завдання на тиждень, дається оцінка зробленому і, в разі потреби, вино сить догани, якщо завдання не виконані або через недбалість завдано збитків організації.

На основі прав, обов'язків і відповідальності посадових осіб, розроблених у цій організації, генеральний директор делегує повноваження фінансовому директорові. Повноваження передаються директорові разом з відповідальністю за виконання покладених на нього завдань. Він делегує повноваження головному бухгалтеру, головним менеджерам відділів, а вони, у свою чергу, передають їх своїм підлеглим.

Функції фінансового директора:

- забезпечує раціональну організацію бухгалтерського обліку і звіту;

- здійснює контроль за економічним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;
- вживає заходів щодо попередження нестач, контролює додержання фінансової і касової дисципліни, законності списання з бухгалтерських балансів нестач;
- бере участь у проведенні економічного аналізу фінансово-господарської діяльності;
- погоджує вартість турів та обраховує разом з туроператорами їх дохідність.

Функції головного менеджера з туризму:

- координує роботу туроператорів за напрямками;
- представляє інтереси підприємства з питань туристичної діяльності перед партнерами;
- проводить переговори (перемовини), а також укладає угоди із закордонними та вітчизняними партнерами;
- узгоджує кінцевий варіант турів по Україні та за кордоном і передає їх для реалізації на рецепцію;
- контролює забезпечення високого рівня виконання турів;
- здійснює роботу з представництвами (консульствами) зарубіжних держав;
- перевіряє, чи належно виконана робота туроператорів з керівниками туристичних груп, забезпеченість документами, необхідними для успішного проведення турів;
- займається розвитком нових напрямів туристичної діяльності, розробляє нові тури.

До функцій менеджера з маркетингу входить:

- робота з рекламними агентами різних засобів розміщення реклами, щодо з'ясування цін та умов подання реклами;
- розроблення макетів реклами та стеження за регулярністю виходу і правильністю подачі інформації у відповідних рекламних носіях;
- проведення регулярних маркетингових досліджень.

Остаточне ж рішення щодо характеру реклами і вибору рекламного засобу регулярності подачі приймає генеральний директор. Це пов'язано з тим, що розміщення реклами є дорогим задоволенням для малого підприємства. Регулярно реклама подається лише в де які газети: це так звана реклама престижу, нагадування клієнтам, що в будь-який сезон фірма має що запропонувати.

Агент із продажу авіаквитків. У його обов'язки входить:

- робота з клієнтами, ознайомлення їх з маршрутами рейсів авіа компаній;
- система бронювання авіаквитків за обраною програмою;
- продаж і оформлення авіаквитків;
- ведення документації з продажу авіаквитків.

Делегування лінійних повноважень створює ієрархію рівнів управління організації. Цей процес називається ланцюгом команд.

Керівникові будь-якої організації, незалежно від її розміру або ж місця на регіональному рівні, слід врахувати вплив зовнішнього середовища, оскільки організація, як відкрита система, залежить від зовнішнього світу стосовно поставок ресурсів, енергії, кадрів, споживачів, конкурентів.

Оскільки від керівника залежить виживання організації, він повинен вміти виявити ті суттєві фактори в оточенні, що вплинуть на його організацію. Тому організації вимушені «прилаштуватися» до середовища, щоб вижити і зберегти ефективність діяльності. Організація постійно перебуває під прямим або непрямим впливом зовнішніх факторів. До факторів прямого впливу слід віднести постачальників, трудові ресурси, закони і впровадження державного регулювання, споживачів і конкурентів. Факторами непрямого впливу є: стан економіки, науково-технічний прогрес, політичні зміни.

Дуже важливим моментом у діяльності туристичної фірми є укладання угод з партнерами в Україні і за кордоном (з іншими турфірмами, готелями, базами відпочинку, санаторіями, транспортними компаніями). Саме партнерство забезпечує підприємству нормальне функціонування, адже кожен із партнерів має свій бізнес і їхні послуги можуть стати визначальними для життя підприємства.

Договір між туристичними фірмами зобов'язує сторони організувати подорожі вітчизняним та іноземним туристам, забезпечувати кваліфіковане виконання чинних правил щодо надання послуг на маршрутах приймання та при організації поїздок за кордон, надавати достовірну інформацію про тури і їх вартість, забезпечувати екскурсійне обслуговування, автотранспортні послуги, формувати групи туристів для участі у турах відповідно до маршрутів і про грам, надавати туристам допомогу в оформленні паспортних, візових, митних, страхових

та інших необхідних формальностях, укласти з кожним туристом договір індивідуально.

Впливовими факторами є також споживачі і конкуренти. Існування організації залежить від здатності віднаходити споживача та задовольняти його запити і потреби. Споживачі, зазначаючи, які послуги для них бажані і за якою ціною, визначають для організації майже все, що стосується результатів її діяльності, здійснюють значний вплив на діяльність організації. Організація повинна прийняти рішення про те як, коли і де надавати послуги.

Із кожним клієнтом укладається угода, в якій підприємство зобов'язується надати йому повну інформацію про тур, а також про права і обов'язки туриста, правила його поведінки у країні перебування, умови страхування, митні формальності і т. ін. Турист, у свою чергу, зобов'язується дотримуватися умов і правил, передбачених договором, своєчасно оплатити вартість послуг, надати всі необхідні документи для оформлення візи, дотримуватись вимог законів країни перебування.

Крім того, керівництво кожної організації розуміє: якщо не задовольняти потреби споживачів на такому ж рівні, як це роблять конкуренти, то організація довго не протримається. У багатьох випадках не споживачі, а конкуренти визначають, які послуги можна про дати і за якою ціною. Від реагування на конкуренцію залежать такі внутрішні фактори, як умови праці, оплата праці і характер відносин керівників із підлеглими.

Для цього проводяться маркетингові дослідження споживачів і конкурентів.

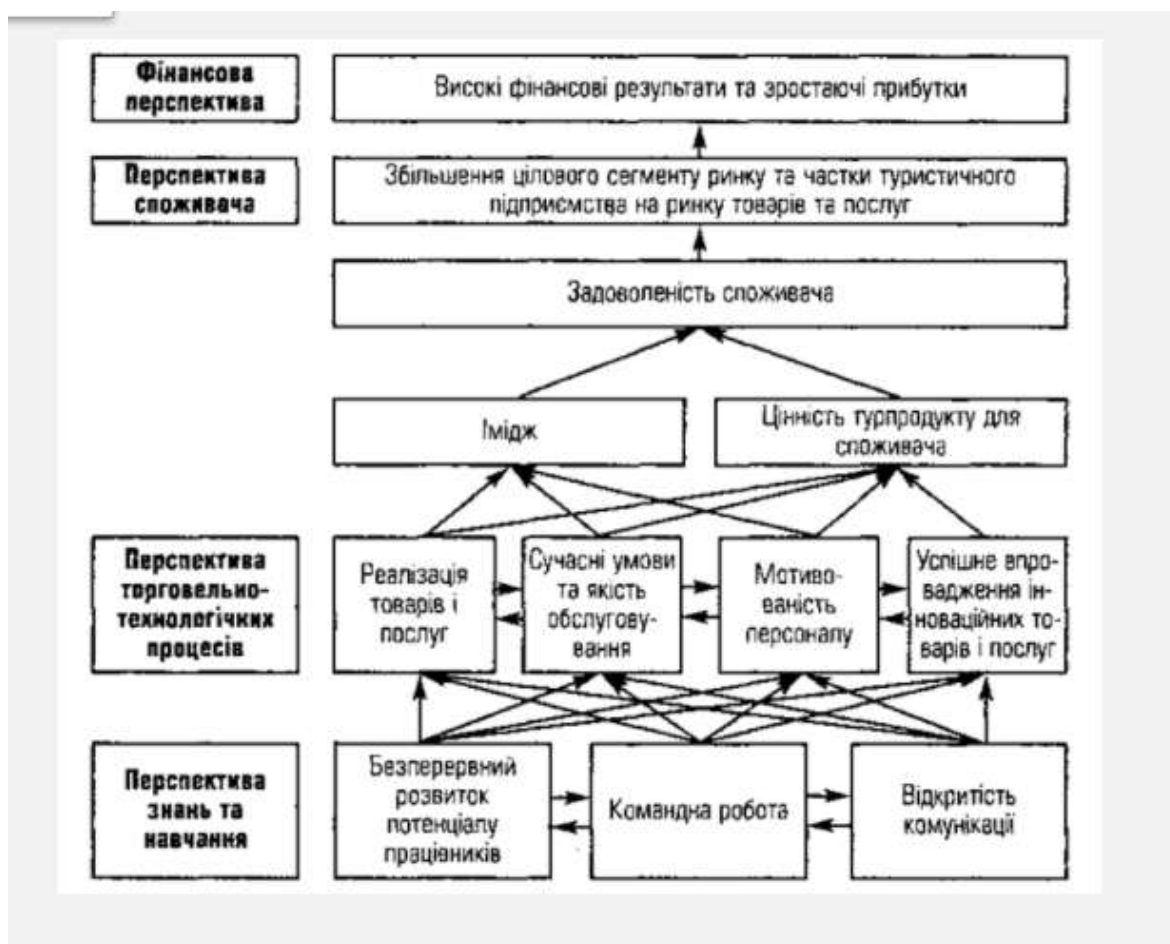
Аналіз зовнішнього середовища в цілому дозволяє визначити, чи має фірма внутрішні сили, щоб використати всі свої можливості. Метод, який використовують для діагностики внутрішніх проблем, називають управлінським дослідженням, яке базується на комплексному дослідженні різних функціональних зон організації і, залежно від поставлених завдань, може бути методично простим або складнішим.

Правильно сформована організаційна структура дозволяє забезпечити комплексний розвиток туристичного підприємства відповідно до стратегічних цілей та перспектив розвитку (фінансової перспективи, перспективи споживача,

перспективи торговельно-технологічних процесів, перспективи знань та навчання)(Рис.1)

Організаційна структура туристичного підприємства дозволяє підтримувати високу інтенсивність інформаційного обміну зі зовнішнім середовищем та всередині підприємства, надає можливість тісного контакту на рівні «керівник - підлеглий», сприяє постійному професійному зростанню працівників, дозволяє швидко адаптуватися до змін у зовнішніх умовах функціонування.

Рис. 1 Ключові фактори успіху туристичного підприємства



Побудова організаційної структури управління підприємством залежить, перш за все, від масштабів самого підприємства. Поєднання різних типів структур дає можливість спроектувати таку, яка відповідає поставленим керівництвом завданням.

Найважливішим компонентом в організаційній структурі підприємства є працівник, якого менеджмент ставить у центр своєї уваги. Розкриття його творчих і професійних можливостей - неодмінна умова розвитку будь-якої організації.

ПЕРЕВІРИМО СЕБЕ:

Дати відповідь на питання. Зробити конспект та скинути виконане завдання на електронну пошту: olenka.korostil@ukr.net

- а) Що таке пожежна безпека?
- б) Що таке безпека життєдіяльності?
- в) Що таке туристичне підприємство?
- г) Скільки туристичних підприємств налічується в місті Київ?
- д) Перелічіть функції головного менеджера з туризму?
- е) Що таке організаційна структура туристичного підприємства?
- є) Перелічіть, хто входить в структуру туристичного підприємства