

Практичні рекомендації для учнів групи 24

Професія: Агент з організації туризму

Тема 2. Самостійне виконання робіт агента з організації туризму

2.3 Робота з офісною технікою

Мета уроку

Навчальна: навчити учнів працювати з офісною технікою

Виховна: виховувати в учнів відповідальність, точність, пунктуальність.

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

Туризм сьогодні - це глобальний комп'ютеризований бізнес, в якому беруть участь найбільші авіакомпанії, готельні мережі та туристичні корпорації всього світу. Сучасний турпродукт стає більш гнучким та індивідуальним, більш привабливим і доступним для споживача.

Персональний комп'ютер і Інтернет, їх доступність і надійність, сприяють проникненню в усі сфери суспільства нових інформаційних технологій. Ці технології є, можливо, першими в історії людства, забезпечують зростання продуктивності в сфері послуг.

Тому розвиток інформаційних технологій в туризмі має бути одним з першочергових, на чому я і акцентувала увагу в своїй роботі.

Невід'ємною частиною будь-якого офісу є офісна техніка. При недостатньому використанні засобів оргтехніки знижується продуктивність праці та ефективність роботи персоналу.

Офісною технікою є будь-які технічні засоби, що полегшують роботу в офісі, починаючи з олівців і авторучок і закінчуючи комп'ютерами та їх мережами.

Під оргтехнікою часто розуміють лише технічні засоби, що використовуються у діловодстві для створення інформаційних паперових документів, їх копіювання, розмноження, обробки, зберігання, транспортування, і кошти адміністративно-управлінської зв'язку.

Технічними засобами, що застосовуються для механізації та автоматизації управлінських та інженерно-технічних робіт є оргтехніка.

Оргтехніка становить матеріальну базу прогресивних систем управління. Недостатнє використання оргтехніки в управлінні призводить до зниження продуктивності праці та ефективності роботи персоналу, до затримок при вирішенні оперативних питань.

Будь-який бізнес починається з ділових паперів. Безліч різних договорів, юридичних паперів, службових інструкцій, бухгалтерських бланків, рекламних проспектів і афіш, технічних завдань і технічної документації.

Опитування багатьох фірм показав, що в 40% з них 95% всієї ділової інформації зберігається в паперовому вигляді, в 55% - паперова інформація становить 50 - 95% і лише 5% всіх обстежених компаній змогли перевести понад 50% інформації в електронний формат. У цілому в цих фірмах 92% інформації зберігається на папері, 5% - на мікрофільмах, 2% - на магнітній стрічці і 1% - на дисках. При цьому, за оцінкою експертів, співробітники ділових фірм втрачають до 15% документації і витрачають до 30% робочого часу на пошуки потрібного документа.

Актуальність традиційної, орієнтованої на "паперову інформатику" техніки залишається вельми високою.

Засоби офісної оргтехніки фірми включають в свій склад, такі пристрої й устаткування як персональний комп'ютер, організаційний автомат, друкарські машинки, телефонні і радіотелефонні апарати, міні-АТС, директорський комутатор, гучномовний телефонне переговорний пристрій, пейджингову систему, телетайп, факсимільний апарат, копіювальний апарат, різograf,

диктофони, проєкційну апаратуру, адресувальні машину, маркувальних машин, ламінатор, штемпелевальний апарат, машину для знищення документів, сшиватели документів, картотечні устаткування, стелажі і шафи для зберігання документів.

Сканери.

Пристроєм для зчитування текстової чи графічної інформації з оригіналу і введення її в комп'ютер є сканер. Сканери переносять інформацію з паперових документів в пам'ять комп'ютера, тим самим створюють оцифроване зображення. Принцип дії сканера наступний: світловий потік, що створюється лампою холодного світіння, відбивається від оригіналу і зчитується датчиком. Потім лічена і оцифрована інформація надсилається в комп'ютер. Характеристика сканерів визначається дозволом, з яким можлива оцифровка оригіналу, і глибина сприйманого кольору. Стандартним дозволом для офісного сканера можна вважати 300 - 600 точок на дюйм, так зване оптичне дозвіл, який здатний дати датчик сканера. Глибина кольору визначається розрядністю інформації про колір в одній точці. Якщо в характеристиці сканера сказано, що глибина його кольору 32 біт, це означає, що в одній точці зберігається інформація про 16700000 кольорів. Оптичне дозвіл визначається датчиком сканера і числом окремих елементів у ньому. У сканера володіє дозволом 600x1200 пікселів / дюйм, датчик має 600 елементів на дюйм, але датчик в кожен момент часу зчитує тільки одну лінію точок. Другий цифрою в позначенні є механічний дозвіл сканера, число кроків, скоєне кроковим двигуном при переміщенні датчика вздовж планшета. Даний сканер має оптичним дозволом 600 пікселів / дюйм і механічним - 1200 крапка / дюйм. Здатність сканера визначається за меншого числа, а більше число може бути використане при відсутності емпіричних результатів для визначення ймовірності того, що сканер забезпечує обіцяне оптичне дозвіл. Оптимальний результат при друку буде отриманий тоді, коли число пікселів на дюйм зображення відповідає числу точок на дюйм принтера. Після оцифровки тексту він представляється у вигляді зображення, і необхідно провести його розпізнавання.

Для цього застосовуються декілька програм оптичного розпізнавання образів. Пакет розпізнавання, це спеціальна комп'ютерна програма, що дозволяє перевести відскановане графічне зображення тексту в текстовий формат. Принципи розпізнавання, закладені в різні пакети схожі. Програма аналізує графічний образ символу і висуває ряд гіпотез, відповідно до яких цього образу присвоюється відповідний текстовий еквівалент. Зазвичай, пакет розпізнавання універсальний і працює з різними шрифтами і стилями накреслення символів, хоча деякі програми дозволяють налаштуватися на конкретний шрифт і навіть навчаються невідомим символів. Деякі пакети дозволяють враховувати дефекти зображення символів і містить модулі лінгвістичної підтримки, аналізують не тільки кожен символ, але і слово в цілому, контекст пропозиції і всього тексту.

Найбільш відомі пакети Omni Page, Read Iris, Text Bridge, Word Links. Практично всі сканери включають в комплект полегшену версію одного з цих пакетів. Всі ці пакети досить вірогідно розпізнають латинські тексти і, як правило, містять декілька мовних модулів, англійська, німецька, французька. Деякі пакети включають до 15 мовних модулів. Сканери Microtek в даний час поставляються до Росії з пакетом розпізнавання Omni Page LE, орієнтованому на Windows 95 і Macintosh. Вітчизняні пакети орієнтовані насамперед на розпізнавання кирилиці, хоча в змозі працювати з латинськими і змішаними текстами. Таким чином, при роботі з текстом буде здійснюватися наступна послідовність дій: приміщення оригіналу на скло сканера, запуск програми сканування, отримання зображення, розпізнавання тексту із зображення, приміщення розпізнаного тексту в текстовий редактор і його редагування, якщо це необхідно.

Для сканування малюнка зображення поміщають на скло сканера, сканують і записують у графічному файлі або обробляють у графічному редакторі. Існують ручні сканери, які прокочують по поверхні документа рукою, і планшетні сканери, за зовнішнім виглядом нагадують копіювальні машини.

Асортимент сучасних сканерів відноситься до одного конструктивного типу тобто планшетним сканерів. Не залежно від фірми-виробника, інтерфейсу,

габаритних розмірів і технології сканування вони мають в конструкції плоске горизонтально розташоване скло - планшет. На склі розміщують підлягає оцифрування сторінку або фотографію, а під ним, всередині корпусу, переміщається зчитує елемент (каретка). Переміщуючи каретку під лежачим на склі оригіналом, будь-який сканер насамперед висвітлює підлягає обробці область, для цього на каретці змонтований джерело світла, в більшості випадків це яскрава лампа. Світловий потік падає на оригінал, відбивається і потрапляє на ту ж каретку, але наразі зміни його яскравості і спектрального складу вже несуть інформацію про ту галузь, від якої відбулося відображення, ця інформація збирається за допомогою оптичної системи сканера і перетворюється в електричні сигнали оптико-електронних перетворювачем.

Розрізняються CIS-і CCD-технології. Оптична система CIS-сканера влаштована набагато простіше і складається з одного лише оптико-електронного перетворювача, розташованого безпосередньо під планшетним склом. Довжина світлочутливої лінійки такого перетворювача CIS (Contact Image Sensor) відповідає ширині планшета сканера, тому додаткові елементи, що фокусують або перенаправляють світловий потік (дзеркала, призми, лінзи), не потрібні. CIS-сканер помітно компактніший сканера, що реалізує технологію CCD за рахунок технології, що дозволяє обійтися без дзеркал і об'єктиву. У деяких випадках конструкція CIS-сканера не містить навіть традиційної лампи, замість якої використовуються напівпровідникові випромінювачі. Моделі з напівпровідниковим освітлювачем відрізняються низькою споживаною потужністю і менш чутливі до механічних впливів. Оптична система CCD-сканера помітно складніше. Перш ніж потрапити на оптико-електронний перетворювач, світловий потік проходить через дві-три лінзи, відбивається кількома дзеркалами. З виходу оптико-електронного перетворювача (ОЕП) сигнал надходить на вхід аналого-цифрового перетворювача. Сигнал має тепер вид неперіодичної послідовності електричних імпульсів і може бути оброблений різними електронними каскадами. Оптико-електронний перетворювач здійснює максимально точне перетворення світлового потоку в потік електронний.

Апарат, конструкція якого має на увазі розміщення оригіналів на горизонтальному склі, називається планшетний сканер. Крім планшетних розрізняють ручні, листові або протяжні, барабанні, проєкційні і слайд-сканери.

Сучасні технології в СКС і туризмі: Інтернет - технології - електронна комерція

Глобальною комп'ютерною мережею, за допомогою якої користувачі всього світу обмінюються інформацією, а також спільно використовують комп'ютерний ресурс, є Інтернет. Мережа Інтернет швидко прогресує, щороку кількість користувачів збільшується практично в два рази, приблизно на стільки ж збільшується обсяг інформаційних ресурсів. На 2008 рік Інтернетом користуються близько 45 млн чол. , А кількість країн налічує більше сотні. На сьогоднішній день інтернетом у Росії користуються більш ніж 2 млн чол.

Не тільки Інтернет надає мережеві послуги, у світі існують різноманітні постачальники мережевих послуг, серед них виділяються так само: America On-line, CompuServe, Microsoft Network. Інтернет з'єднується поштовими шлюзами (gateways), з їх допомогою користувачі можуть обмінюватися інформацією з користувачами Інтернету, а також з користувачами outernet. За допомогою інтернету реалізується IP-телефонія, при якій голос абонента передається по каналах Інтернет-провайдерів через спеціальне обладнання на найближчий до віддаленого абоненту шлюз-Інтернет. Потім голос перетвориться і передається в звичайну телефонну трубку до необхідного абонента. Як правило, IP-з'єднання встановлюються дуже швидко, але не виключено виникнення шуму і невеликих затримок у передачі мовної інформації. У міру появи більш якісного обладнання і вдосконалення протоколів, що відповідають за передачу голосу з використанням засобів Інтернету, якість послуг IP-зв'язку буде підвищуватися. Зараз IP-зв'язок є дорожчою порівняно з традиційними способами телефонії, але вона забезпечує високу якість зв'язку та суттєво здешевлює міжнародні переговори. Через кілька років IP-телефонія замінить більшість загальноприйнятих способів передачі інформації в телефонних мережах. Будь-яка людина може помістити в

телеконференцію (News groups) своє повідомлення, яке називається статтею (article). Статті телеконференцій на відміну від груп за інтересами не розсилаються, а зберігаються на великих комп'ютерах - серверах.

Протоколи передачі файлів служать для копіювання інформації з одного хост-комп'ютера на інший. Один з найбільш популярних протоколів - FTP (file transfer protocol) - дозволяє перекачувати по мережах будь-які файли: програми (для різних комп'ютерів і операційних систем), картинки і, звичайно ж, звичайні текстові файли. Інший протокол - HTTP (hypertext transfer protocol) - дозволяє збирати по всьому світу не тільки зображення, але і звуки, і навіть коротенькі відеофільми. HTTP - один із китів, на яких спочиває World Wide Web. Отискати в Інтернеті потрібну інформацію нелегко, для цього використовуються системи пошуку файлів: Archie, Gopher і World Wide Web. Щоб витягти з мережі потрібні дані, треба скористатися програмою-броузером для WWW, наприклад Internet Explorer.

Туристичний бізнес в усьому світі настільки стрімко розвивається, що багато компаній з працею встигають долучитися до нових технологій. Хоча віддача від електронної комерції ще до кінця не проаналізована і деякими фахівцями ставиться під сумнів, залучення турфірм в електронний світ, відбувається величезними темпами. Компанії, що мають свої сайти або сторінки в інтернеті і використовують Інтернет-системи бронювання, отримують нові високоефективні маркетингові канали просування своїх послуг.

За допомогою Інтернету у світі бронюється лише 4%. Серед різних сегментів туру найбільш часто резервуються авіаквитки (близько 84%), значно випереджаючи продаж готелів та автомобілів. Продажі подорожей в режимі on-line в 2,5 рази перевершують за обсягом продажу комп'ютерної техніки і більш ніж в 3,5 рази мережеву реалізацію книг.

Електронна пошта - обмін поштовими повідомленнями з будь-яким абонентом мережі Інтернет. Поштова розсилка по ефективності рекламного

впливу випереджає рекламу через банери, причому фірмі зовсім необов'язково мати свій сайт в Інтернеті.

Англійський електронний ринок туристських послуг до 2005 р . досяг обсягу в 5,4 млрд дол, а частка продажу квитків через Інтернет склали 45% від загального обсягу доходів. Близько 14% всіх продажів в секторі туризму припадати на online ринок. Дослідження турринку також показують, що в найближчі роки структура реалізації операторського турпродукту істотно зміниться у бік скорочення на 14-16% частки продажів через агентства і зростання на 11-16% сектора Інтернет-продажів. Дослідження, показало, що практично половина користувачів в Інтернеті розшукують інформацію, що стосується подорожей, у той час як 18% вже зробили в режимі on-line туристські покупки. Більшість тих, хто замовив собі тур через Інтернет, повідомляють про те, що тепер люди рідше вдаються до послуг традиційних турагентств. До кінця 2001 р . замовляли туристські поїздки через Інтернет 6 млн, а в 2003 р . - Майже половина дорослого населення. За оцінками експертів, що в 2002 р. до 50% світової електронної комерції буде припадати на індустрію подорожей. Зараз доступ до глобальної комп'ютерної мережі мають близько 3 млн чол., І цей показник стрімко збільшується.

Представниками електронної комерції є **Інтернет-магазини**. Основна перевага Туристського електронного магазину полягає у сприятливому впливі на потенційного покупця. Більшість клієнтів до моменту приходу до офісу вже визначилися з вибором туру, що значно знижує навантаження на менеджерів у офісі. Якщо в програмному забезпеченні передбачений зв'язок з внутрішньоофісної програмою, то до моменту приходу туриста в офіс вже можуть бути виписані необхідні документи.

Перш за все орієнтований на кінцевого споживача турпродукту і бізнес-користувачів Omnis-on-line. Оплата здійснюється за кредитними картками. Для постачальників турпослуг передбачена установка спеціального програмного забезпечення, що переводить існують на папері пропозиції в електронний вигляд.

Через незначну числа кредитних карт і малого поширення так званих віртуальних рахунків у наших громадян швидко росте на заході схема business-to-customer (робота безпосередньо з клієнтом) сьогодні має ще поки обмежені можливості в Росії. Однак схема business-to-business, коли обидві сторони пов'язані договірними зобов'язаннями, в принципі успішно реалізується.

Якщо оцінювати ситуацію в цілому по галузі, то в найближчій перспективі основним напрямом турбізнесу в режимі on-line буде бронювання і продаж квитків, а також продаж окремих сегментів туру корпоративному клієнту для організації ділової або індивідуальної поїздки. У першу чергу це відноситься до таких складових туру, як розміщення в готелі, бронювання автомобіля, отримання медичної страховки.

Якщо розглядати ситуацію в схемі business-to-business, то тут можна прогнозувати подальший розвиток систем бронювання туроператор-турагент. Причому намічається тенденція використання таких систем не тільки в якості технологічних засобів вдосконалення бізнес-процесів, але і в якості потужного маркетингового інструменту формування агентської мережі. При такому підході турагентство буде прив'язуватися до того чи іншого оператора за допомогою спільного використання відповідного програмного забезпечення і перехід до іншого оператора буде супроводжуватися перебудовою роботи всередині агентства.

У 2002 р . частка Інтернет-турів підвищилася на 8% у загальному обсязі реалізації подорожей і досягла позначки 20200 млн дол Хоча в різних дослідженнях кількісні оцінки активності використання Інтернету значно різняться, фахівці одностайні - електронна комерція серед організацій і надалі буде в кілька разів перевищувати споживчі продажі.

Для залучення споживачів і реалізації нестандартних і економічних способів просування власних послуг компанії повинні озброїтися Інтернет-засобами. Електронної комерції в порівнянні з традиційною економічніше на

виплаті агентських комісійних, зменшених витратах на видання рекламно-інформаційних матеріалів, формуванні рекламних кампаній нового типу, створення нетрадиційних збутових каналів.

Кілька істотних переваг, які дає перехід на web-обслуговування клієнтів: звичайні витрати на організацію торгівлі транспортними квитками оцінюються в 10 дол, а в режимі on-line всього в 1 цент за квиток. Інтернет дозволяє знизити виробничі витрати, створює сприятливі умови і зручності для покупця, прискорює оформлення квитків і резервування місць відпочинку. При цьому вивільняються додаткові кошти, які можна використовувати для введення більш гнучкої системи знижок.

Традиційні туристичні фірми стикаються з проблемою виживання в умовах широкого проникнення на російський ринок електронної комерції. Зарубіжний досвід свідчить про те що багато хто воліє просто зайти в Інтернет і самостійно сформувати пакет турпослуг, ніж оплачувати послуги туроператорів і турагентів з організації свого відпочинку. Цілком очевидно, що в цьому випадку мова йде про індивідуальний туризм і немасових напрямках. Навряд чи повністю сформований через Інтернет тур буде дешевше, ніж аналогічний тур, наданий туроператорської фірмою. Це пояснюється кількома причинами: туроператори мають групові знижки і чартерні рейси, які істотно зменшують загальну вартість туру. Недорогий квиток по груповому або блоковому тарифом купити через Інтернет індивідуальному замовнику навряд чи вдасться; туроператорські фірми мають суттєві знижки в готелях, з якими у них укладені контракти. Трапляються ситуації, коли об'єкт розміщення лише привертає віртуальних відвідувачів спецпропозиціями, а на практиці підтвердити їх не може; безвізове простір для росіян обмежена, так що в більшості випадків необхідно отримання візи, а через Інтернет це практично неможливо.

Не секрет, що комп'ютеризація радикально змінила хід розвитку компаній. При правильному застосуванні технологій не тільки підвищується продуктивність праці працівників, але й виявляється вплив на розмір прибутку фірми. Було

встановлено, що співпраця між менеджерами та професійними програмістами стає реальним стимулом до впровадження нових вигідних програм. Комп'ютери можуть допомагати прогнозувати продаж і встановлювати попередні графіки зниження витрат на початку кожного сезону. Такі комп'ютерні прогнози показали себе з найкращого боку і тепер враховуються компанією в розробці планів своєї діяльності.

Кожній компанії варто використовувати у своїй роботі вигідні комп'ютерні програми. Але при цьому необхідно враховувати, що кожна компанія має власні стратегію розвитку, систему управління і т. д. Тому програмне забезпечення повинне застосовуватися з урахуванням усіх специфічних факторів компанії. Природно, немає нічого дивного в тому, що комп'ютерна система, неприйнятна для однієї компанії, може ефективно використовуватися інший. Багато компаній вигідно використовують комп'ютери для прийняття рішень через імітаційні моделі.

Комп'ютерні методи продемонстрували також своє значення при аналізі ризику інвестицій. Аналіз ризику, що став більш точним завдяки комп'ютерам, довів важливість оцінки стратегічних планів за допомогою імітаційних моделей. Щоб використовувати повністю комп'ютерний потенціал, все більша кількість керівників організацій вважає за необхідне доповнювати штат менеджерів фахівцями - програмістами. Безсумнівно, можливості комп'ютера коли-небудь усунуть потребу у великому штаті. Але чи зможе комп'ютер коли-небудь оцінити стратегічні можливості чи приймати рішення - невідомо. Найбільш важливим фактором при цьому є гнучкість пристосування комп'ютерних систем до потреб менеджменту.

Практика показує, що створення різних комп'ютерних інформаційних систем може обернутися значними прибутками для компаній, навіть при високих витратах на експерименти. Але не слід впроваджувати програму в свою систему управління, попередньо не зваживши усі фактори, включаючи вартість навчання і перепідготовки персоналу чи оцінку ступеня ризику при застосуванні

нововведень в областях, де виявлена найбільша ефективність застосовуваного програмного забезпечення.

ПЕРЕВІРИМО СЕБЕ:

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

- а) Що таке офісна техніка?
- б) Опишіть роботу сканера.
- в) Як працює туристичний Інтернет-ринок.