**Содержание:**

Введение

1. Основные направления деятельности ООО «Туроператор»

2. Выбор организационно-правовой формы туристического предприятия

3. Структура туристского предприятия «Туроператор»

4. Система управления.

4.1 Цели и задачи управления.

4.2 Функции управления.

4.2.1 Планирование.

4.2.2 Организационная функция.

4.2.3 Мотивация.

4.2.4 Контроль.

5. Штатное расписание и должностные обязанности.

Заключение.

Список литературы.

**Введение**

В этой работе описывается структура управления туристическим предприятием (туроператор), занимающимся внутренним туризмом, находящимся в городе Челябинске. В штате этого предприятия числятся 10 человек.

Работа состоит из пяти частей, в первой описываются основные направления деятельности предприятия, а так же содержание туров. Вторая часть содержит информацию о выборе организационно-правовой структуры туроператора. В третьей части описывается непосредственно структура данного предприятия. Четвёртая часть включает всю информацию об управлении, о его целях и задачах, а также функциях. В последней части будет содержаться штатное расписание и должностные инструкции для всех должностей этой фирмы.

Целью всей работы является закрепление знаний теоретического курса «менеджмент на предприятии туризма», в частности организации управления туристическим предприятием.

На современном этапе организация управления стоит на первом месте во всей деятельности любого, а в особенности туристского предприятия. Правильное и качественно исполняемое управление – это залог продолжительного существования предприятия и получения им стабильной прибыли.

**1. Основные направления деятельности ООО «Туроператор»**

Любое предприятие не может функционировать без целевых ориентиров. Цель предприятия – опредмечиваемый мотив, побуждающий к действию. Целеполагание начинается с установления миссии предприятия, она отображает философию, предназначение и смысл его существования.

Миссия предприятия « Туроператор»**:**

На этапе создания предприятия, важным фактором является знание потребительского рынка, определение спроса, для последующего формирования продукта, здесь важно определить территориальные границы рынка, характеристику группы потребителей, объемы спроса. Одним словом, провести маркетинговое исследование для определения целевого рынка. На последующих этапах существования предприятия, периодически необходимо проводить такие исследования рынка потребителя, выявляя особенности изменения спроса.

Руководствуясь выводами, сделанными на основе исследования рынка, нужно определить характер выпускаемой продукции, а точнее сформировать основные туры, удовлетворяющие потребности клиента и выбрать именно те направления, которые пользуются наибольшим спросом у потребителей. На последующих этапах существования предприятия, в зависимости от изменений на рынке потребительского спроса, формировать изменения в своем предложении, расширять или сужать количество предложений по тем или иным направлениям, добавлять новые услуги и др.

Далее следует изучить рынок конкурентов, выявить их сильные и слабые стороны, посмотреть наличие аналогичных туров, их ценовые характеристики и др. За рынком конкурентов следует наблюдать всегда, периодически анализировать их предложение, их ценовую политику.

Так как данное предприятие располагает небольшим количеством сотрудников (10 человек) и находится в городе Челябинске, оно не будет иметь филиалов. Соответственно в своей деятельности оно будет ориентироваться в основном на клиентов, проживающих в Челябинске. Туроператорская деятельность должна касаться внутреннего туризма, т.е в пределах РФ.

В фирме будет работать пять менеджеров по продажам, целесообразно распределить для них работу с тремя разными группами потребителей.

Если изучить рынок туристского предложения нашего города, то можно выявить следующие основные направления деятельности наших турфирм, пользующиеся большим спросом (по количеству предложений):

- туры заграницу

- отдых в здравницах Урала

- отдых в уральских санаториях и базах отдыха

- отдых на курортах, юг РФ (Сочи, Адлер, Геленджик, Крым)

- групповые туры (в т.ч. детские) в столицы России (Москва, Санкт-Петербург)

- детский отдых в лагерях

На основе этих данных выделяем три основных группы потребителей и соответствующие их потребностям направления:

1. Семейный отдых. Санатории и базы Урала.

Курорты на юге России.

1. Детские групповые туры для школьников.

Летний отдых на курортах РФ.

Учебно-познавательные туры в Москву и Санкт-Петербург.

3. Отдых лечащихся и оздоровляющихся граждан с сопровождающим (взрослый с ребенком, пожилые люди с сопровождающими и т.д.).

Здравницы Урала, профилактории.

Характеристика целевого сегмента:

- Что касается количественных характеристик, то, опираясь на данные Уральского статистического центра, Челябинск, Магнитогорск и Екатеринбург лидируют по количеству учащихся школьников в возрасте от 10 до 15-ти лет в Уральском регионе, следовательно, и число семей так же велико. Также по данным мед служб, в области, и в частности в городе, увеличилось количество людей с заболеваниями сердечно-сосудистой системы, кишечника, дыхательных путей и проч.

Из этого можно сделать вывод, что выбранные направления пользуются обширным спросом, количество потенциальных клиентов фирмы довольно велико, и, касательно его динамики во времени, будет расти. Также существует видимая заинтересованность потребителей именно в этих направлениях.

Что касается уровня платежеспособности данных групп потребителей. Основная часть семей имеет достаток средний и ниже среднего, следовательно, данные туры должны иметь относительно низкие цены, доступные для семей, школьников и лечащихся больных.

Уровень осведомлённости о здравницах и санаториях Урала, курортах на юге России, и, естественно, о турах в столицы, среди жителей Челябинска довольно велик, об этом можно судить по объёмам реклам в печатных и ТВ, радио источниках.

Что касается частоты потреблений выбранных туров, она сезонна, т.е как и любой туристский продукт, основным спросом эти направления пользуются в высокие сезоны – школьные каникулы (4 раза в год), отпуска (1 раз, лето), что касается лечения, то здесь спрос не так сильно зависит от сезона – больничные отпуска, отдых пенсионеров с маленькими детьми может проходить в любое время года.

3.1. В Челябинске на настоящий момент зарегистрировано 173 туристических предприятий. Информацию о них можно найти на 142 сайтах в сети Интернет, а так же почти во всех печатных изданиях Челябинска, включая специализированные газеты и журналы.

70% турфирм работают с перечисленными направлениями, 20% специализируются только на отправке туристов в базы и санатории Урала, 7% на лечении и оздоровлении клиентов, 50% отправляют туристов на южные курорты страны.

Ценовые характеристики различны, многие предприятия работают с клиентами среднего и выше среднего достатков, но большинство таких фирм также предлагает дешевые путевки для граждан с достатком ниже среднего.

Но все же, в городе относительно небольшое количество крупных турфирм, пользующихся стабильным спросом, работающих только с выбранным мной сегментом рынка потребителей. Отсюда целесообразно сделать вывод, что перспективы ООО «Туроператор» вполне осуществимы, и работа над анализом конкурентных преимуществ не так трудоёмка как кажется на первый взгляд.

Итак, краткая формулировка миссии предприятия:

1. Подробно изучать потребительский рынок.

2. Предлагать качественные услуги, максимально удовлетворяющие потребительский спрос.

3. Следить за поведением рынка конкурентов, формировать более качественные услуги и цены.

Основные цели предприятия:

1. Генеральная.

Первая и основная цель, исходя из миссии предприятия – повышение конкурентоспособности выбранного турпродукта, услуг, предлагаемых предприятием, и, наконец, самого предприятия на рынке въездного туризма.

Срок достижения цели: долгосрочная цель – 5 лет.

1.2. Качественная работа с узким кругом потребителей, т.е. завоевание «потенциальных» клиентов и определённой доли рынка потребителей.

Задачи:

- организация отдела продаж

- найм специалистов-менеджеров по продажам

- организация курсов повышения квалификации по работе с клиентом

1.3. Стабилизация финансового состояния за счёт осуществления маркетинговых исследований рынка спроса и предложения.

Задачи:

- организация маркетингового отдела

- найм специалиста-маркетолога

**2. Выбор организационно-правовой формы туристического предприятия**

Данное туристское предприятие является коммерческой организацией, т.к. образуется с целью получения прибыли. Как и большинство туристских предприятий оно создаётся в форме ООО (общество с ограниченной ответственностью).

Формирование предприятия происходит за счет вкладов участников. Участник отвечает только в размере своего вклада. Деятельность предприятия осуществляется в соответствии с федеральным законом "Об ООО" в Российской Федерации.

Учредительными документами ООО являются:

1. учредительный договор, подписанный его учредителями

2. утвержденный ими устав

3. договор о совместной деятельности (протокол учредительного собрания)

Учредительные документы ООО должны содержать условия о:

1. размере уставного капитала общества

2. размере долей каждого из участников

3. составе, сроках и порядке внесения ими вкладов

4. ответственности участников за нарушение вкладов

5. составе и компетенции органов управления обществом и порядке принятия ими решений

6. вопросах, решения по которым принимаются единогласно или большинством голосов, а также иные сведения, предусмотренные законом "Об ООО".

В протоколе учредительного собрания указывается:

1. порядок и сроки разработки учредительных документов

2. распределение прав участников

3. согласование внесенных долей уставного капитала

4. рассмотрение организационной структуры предприятия

5. рассмотрение бизнес-плана.

**3. Структура туристского предприятия «Туроператор»**

Генеральный директор

Отдел

продаж

Отдел

маркетинга

Отдел

финансов

Семейный отдых

санатории

курорты

Детские группы

Курорты

(старший менеджер)

Москва, СПб

Лечение

Менеджер по маркетингу

Секретарь

Уборщица

Бухгалтер

Несмотря на то, что в предприятии задействовано всего 10 человек, в нем существует и иерархичность, и деление на отделы. Следовательно, структура управления предприятия линейно-функциональная.

**4. Система управления**

**4.1 Цели и задачи управления**

Эффективное управление предприятием – 90% его успешности. В штате ООО «Туроператор» числится десять сотрудников. Именно эффективное управление позволит фирме с таким небольшим количеством рабочих добиться успеха, крупных продаж и завоевание желаемой доли рынка.

Цели и задачи управления ООО «Туроператор»:

- осведомлённость всех работников в их конкретных обязанностях обеспечит качественное их выполнение;

- структурированное управление, отдельно для каждого отдела позволит фирме быстрее добиться своих целей;

- качественное управление сделает достижение целей менее ресурсо и энергозатратным;

- обеспечение заинтересованности каждого работника в достижении целей всего предприятия, также ускорит этот процесс;

- контроль над качеством выполняемых работ обеспечит предприятию стабилизацию финансовых результатов;

- внутреннее общение сотрудников по вопросам работы фирмы, их сплочённость в работе, укрепляют работу всего предприятия, параллельно обеспечивая интерес к работе среди персонала;

- качественное управление заключается также в поощрении сотрудников, что непременно приводит к их качественной работе;

- хорошая организация управления непременно будет оценена партнерами и клиентами фирмы, что позволит зарекомендовать предприятие «Туроператор» как успешное предприятие на туристическом рынке.

**4.2 Функции управления**

**4.2.1 Планирование**

Планирование деятельности турпредприятия – систематический, информационно-обрабатываемый процесс качественного, количественного и временного определения будущих целей, средств и методов формирования, управления и развития предприятия.

**Генеральный план ООО «Туроператор».**

1 уровень. Стратегическое планирование.

Первая и основная цель предприятия – повышение конкурентоспособности выбранного турпродукта, услуг, предлагаемых предприятием, и, наконец, самого предприятия на рынке въездного туризма.

В долгосрочной перспективе предполагается:

- продвинуть и закрепить предлагаемый турпродукт на рынке туруслуг;

- постоянно совершенствовать предлагаемые туры, в соответствии с изменением спроса на потребительском рынке, чтобы продукт всегда оставался конкурентоспособным, и, более того, обладал максимально большим спросом среди потребителей;

- постоянно совершенствовать работу предприятия на организационном уровне, совершенствовать условия для работы специалистов, подготавливать кадры для завоевания «потенциальных» клиентов и стабильной доли на потребительском рынке;

- достигать получения максимальной прибыли от своей деятельности.

Если посмотреть на нынешний туристский рынок, то можно отчетливо увидеть, что основной задачей наших турфирм является продажа заграничных путёвок, по данным многих опросов, тестов и исследований, местные санатории, российский Юг, групповые детские туры останутся в ближайшем будущем далеко не на первом плане. Сейчас нет таких фирм, которые относились бы к зарекомендованным и самым востребованным, ориентированным на внутренний туризм и на работу с семьями и детьми. Именно это позволяет сделать вывод об исключительности «туроператора», как на моменте входа на рынок, так и в ближайшем будущем.

Следует учесть тот фактор, что при успешной работе фирмы «Туроператор», конкуренты попытаются забрать себе долю потребительского рынка фирмы, в связи с чем, нужно постоянно совершенствовать и делать более разнообразным свой товар, чтобы клиент не терял к нему интерес и обращался к фирме снова и снова.

2-й уровень. Тактическое планирование.

Отдел продаж.

На уровне отдела продаж фирма должна осуществлять:

- качественное формирование туров (привлекательность мест, оказываемых услуг, трансферты, полнота турпакета и др.);

- продуманную, отлаженную, результативную работу с принимающей стороной, с другими партнерами фирмы;

- продуктивную, профессиональную работу с клиентами.

Отдел маркетинга.

Для стабилизации финансового состояния фирмы, получения желаемой прибыли, маркетолог должен:

- проводить всевозможные исследования потребительского рынка, анализируя спрос на товар фирмы и, опираясь на анализ, предлагать план об улучшении, либо изменении туров;

- исследовать и анализировать рынок конкурентов;

- следить за распространением сведений о товаре среди клиентов, о создании имиджа фирмы и привлекательности туров, с помощью рекламы и др.;

Отделы маркетинга и продаж должны непосредственно координировать свою деятельность друг с другом, и с финансовым отделом.

3-й уровень. Оперативное планирование.

Весь персонал должен выполнять свою работу в соответствии со своими обязанностями, прописанными в должностных инструкциях.

Менеджеры по продажам, маркетолог и финансист должны принимать предлагаемые мероприятия по повышению своей квалификации.

Менеджеры по продажам, помимо обязанностей, прописанных в должностной инструкции:

- должны профессионально работать со всеми клиентами, зарекомендовывая привлекательный имидж фирмы;

- всегда быть доброжелательны, выслушивать сперва клиента, а затем уже предлагать устраивающие его (клиента) варианты;

- могут сообщать старшему менеджеру, маркетологу, финансисту, генеральному директору просьбы и предложения посетителей, а также предлагать свои идеи по улучшению работы отделов, фирмы в целом.

**4.2.2 Организационная функция**

Функция планирования и организационная функция тесно связаны между собой. Планирование готовит объём работ для реализации целей ООО «Туроператор», а организационная функция структурирует работу и объединяет деятельность всех подструктур, в соответствии с целями предприятия.

В фирме «Туроператор» задействовано 10 человек, она включает три отдела – финансовый, маркетинговый и отдел продаж, все эти отделы подчинены строго генеральному директору.

Генеральный директор ООО «Туроператор» контролирует работу старшего менеджера по продажам, маркетолога и бухгалтера. Все проблемы, возникающие в работе отдела продаж генеральный директор узнаёт от старшего менеджера, и требует именно от него ответственность за деятельность всего отдела.

Так как в отделе маркетинга и финансовом отделе задействовано по одному сотруднику, здесь, аналогичная ситуация: ответственность за работу отделов перед генеральным директором несут сам маркетолог и бухгалтер.

Для эффективной работы предприятия, необходимо, чтобы возглавляющие всех отделов и сам генеральный директор могли совещаться друг с другом, отчитываться о проделанной работе, о произошедших изменениях, возникших проблемах, причем все это должно происходить в официальной обстановке, в определённо отведенное для этого время. В фирме «Туроператор» будут проводиться официальные совещания каждый день, в начале и конце рабочего дня. На это будет отводиться по полчаса. При необходимости, это время увеличивается.

Итак, с точки зрения организации

Генеральный директор обязан:

- следить за работой отделов предприятия;

- посещать оперативные собрания два раза в день, каждый день;

- выслушивать предложения и замечания управляющих отделами, принимать их во внимание с последующим рассмотрением.

Старший менеджер отдела продаж обязан:

- контролировать работу своих подчиненных;

- в течение рабочего дня посвящать не менее 15 минут работе каждого из менеджеров по продажам, выслушивать их замечания и предложения;

- знать или быть осведомленным о функциях каждого менеджера;

- каждый день, два раза в день посещать оперативные собрания и отчитываться о своей работе, о проделанной работе отдела в целом, о проблемах, возникших в процессе деятельности, о внесённых клиентами, менеджерами пожеланиях и предложениях;

- рассматривать и участвовать в решении проблем, просьб и предложений маркетолога и финансиста фирмы.

Маркетолог и финансист (бухгалтер) обязаны:

- два раза в день, каждый день посещать оперативные собрания предприятия;

- отчитываться перед генеральным директором о проделанной работе, возникших проблемах, просьбах и предложениях;

- рассматривать и участвовать в решении проблем, просьб и предложений старшего менеджера отдела продаж.

**4.2.3 Мотивация**

Мотивация – работа менеджера, направленная на активизацию сотрудников фирмы в плане повышения эффективности их труда для достижения личных целей и целей фирмы.

Каждый менеджер по продаже путёвок должен знать о туре всё, важнейшей информацией для него в работе с клиентами является **мотивация путешествий**.

Итак, рассмотрим мотивацию путешествий для каждой целевой группы выбранной нами (глава 1, пункт 2.1)

1) Семейный отдых.

Санатории и базы Урала. Курорты России.

- физическая мотивация

Первая и основная причина среди семей, для покупки путёвок в санатории и курорты России – восстановление физической силы. Для взрослых – после трудовых будней, для детей после напряженного учебного года (четверти). Поэтому оба менеджера ООО «Туроператор», работая со своими клиентами, должны узнавать о конкретных целях клиента, и в соответствии с ними описывать преимущества туров, опираясь на те или иные предлагаемые услуги. А также, менеджер должен учитывать пожелания своих клиентов и предлагать старшему менеджеру рассмотреть изменения или дополнения тура.

- психологическая мотивация

Главная психолгоическая мотивация у семьи – необходимость смены обстановки и расслабление. Поэтому менеджер по продаже семейных путёвок должен подавать преимущества тура, опираясь на описание именно тех услуг, которые будут обеспечивать психологический отдых клиентов.

- межличностная мотивация

Семьи, которые хотят отдохнуть в санаториях или на курорте должны быть информированы о том, что в месте их будущего пребывания они могут завести отношения с другими путешествующими семьями, что отдыхающие не будут страдать дефицитом общения. Особенно для родителей важно знать, что санатории и курорты принимают большое количество семей с детьми, для которых так важно общение с ровесниками.

- культурная мотивация

Для семей, приобретающих путёвки в санатории необходимо наличие культурно-развлекательных, спортивных мероприятий. Поэтому менеджер должен делать соответствующий упор именно на описание таких программ, он должен объяснить клиенту, что при желании отдых будет насыщен активными занятиями как для взрослых, так и для детей.

Для тех клиентов, кто собирается посетить курортные зоны России, необходимо формировать и предлагать такие услуги, которые позволят знакомиться с культурой и достопримечательностями Юга.

2) Детские группы.

Курорты. Москва, Санкт-Петербург.

- физическая мотивация

Основной причиной детских поездок на Юг является отдых, но для родителей так же важно и укрепление здоровья детей. Так как профессиональные лечебные процедуры – не самый привлекательный способ времяпровождения для ребёнка, менеджер должен формировать туры, которые включают активные занятия – это и спорт, и экскурсии, с элементами пеших прогулок, максимальное пребывание на морском воздухе.

Отдых в столицах также должен включать пешеходные экскурсии, и, соответственно с возрастными характеристиками групп, дни не должны быть перезагружены экскурсиями.

- психологическая мотивация

Детский отдых должен быть очень хорошо продуман с точки зрения психологических потребностей детей. Детям необходима смена обстановки, новые впечатления и приключения. Всё это должно учитываться менеджером при подборе экскурсий и развлечений на время пребывания детей в путешествии.

- межличностная мотивация

Дети должны общаться не только со своими друзьями, но и с другими членами группы, а также с детьми, пребывающими на отдыхе в том же месте. Для этого следует формировать в туре массовые развлечения, экскурсии с элементами общения друг с другом и др.

- культурная мотивация

Дети, посещающие столицы России, едут непосредственно для знакомства с культурой своей страны, её главными достопримечательностями. Экскурсии должны быть подобраны так, чтобы не перегружать детей, чтобы заинтересовать их. Можно организовать тематику каждого дня, ролевые игры, говорить с детьми после экскурсий, закрепляя материал и многое другое – всё это должен учитывать менеджер при формировании и продвижении тура.

3) Лечебно-оздоровительный отдых

Здравницы Урала. Профилактории.

- физическая мотивация

Очевидно, что целью путешествий этой группы людей, является оздоровление и лечение. При формировании тура, менеджер должен учитывать что санатории, профилактории должны обладать как можно более широким спектром лечебных процедур, ориентированных на лечение больных с различными видами заболеваний, а так же большим количеством лечащих врачей.

- межличностная мотивация

Для лечащихся людей, также необходимо общение, даже в большей степени. Именно поэтому, составляя тур, менеджер должен учитывать то, что у клиента должно быть отведено время для общения с другими отдыхающими. Менеджер должен информировать клиента о возможности общения с людьми, с теми же, либо похожими заболеваниями. Это особенно важно, если лечащийся едёт с сопровождающим (ребенок или пенсионер).

**Мотивация трудовых отношений** – совокупность стимулов, побуждающих работников к активной трудовой деятельности.

Мотивировать сотрудников – значит затронуть их важные интересы, дать им шанс реализовать себя в процессе их трудовой деятельности. В связи с этим старший менеджер должен руководствоваться принципами, которые наиболее сильно влияют на поведение сотрудников:

- у каждого сотрудника должно быть своё обособленное место работы

- рабочее место должно быть оборудовано всем необходимым: ПК и комплектующие, телефон/факс, канцелярия и др.

- каждый менеджер должен иметь доступ к каким-либо справочным материалам, и его желание что-либо узнать (спросить) должно приветствоваться старшим менеджером

- менеджер должен иметь свободное время (время отдыха), для этого необходимо сделать все возможное для создания «комнаты отдыха персонала»

- менеджер должен быть информирован о том, что от него требуется, чётко знать свои обязанности

- следует сообщить менеджеру о возможном материальном и нематериальном поощрении за особые заслуги, идеи (это могут быть рекламные туры, повышение з/п, премии и др.)

- менеджер всегда может обратиться за помощью к старшему менеджеру и каждый день должен иметь возможность советоваться с ним по тем или иным вопросам.

**4.2.4 Контроль**

На предприятии «Туроператор», задействовано десять рабочих. Все функции распределены строго по отделам, и поэтому, контроль за работой будет осуществляться генеральным директором фирмы.

1. Контролирование деятельности предприятия будет систематическим - проверка будет проводиться раз в месяц.
2. Целями контроля являются:

- проверка эффективности работы менеджеров

- проверка качества организационной работы в фирме

- улучшение работы предприятия за счет устранения негативных факторов, мешающих его работе

3. Контроль будет проводиться в рамках производственных норм.

4. Метод контроля – диагностический. Контролёр выявляет причины, негативно влияющие на работу, а затем устраняет их.

Таким образом, каждый месяц, секретарь генерального директора будет собирать данные о работе каждого отдела и каждого сотрудника (объем продаж, финансовая прибыль, отношения с партнерами, количество организационных нарушений и др.), структурировать эти данные и предоставлять директору на анализ. На оперативных совещаниях все вопросы по улучшению качества работы директор оглашает в присутствии менеджеров всех отделов.

**5. Штатное расписание и должностные обязанности**

## 5.1 Штатное расписание

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование должности | Отдел | Кол-во работников (человек) |
| 1 | Генеральный директор |  | 1 |
| 2 | Бухгалтер | Финансовый отдел | 1 |
| 3 | Секретарь |  | 1 |
| 4 | Менеджер по маркетингу | Отдел маркетинга | 1 |
| 5 | Старший менеджер по продажам | Отдел продаж | 1 |
| 6 | Менеджер по продажам | Отдел продаж | 4 |
| 7 | Уборщик производственных помещений |  | 1 |
| ИТОГО |  |  | 10 |

## 5.2 Должностная инструкция Генерального директора предприятия «Туроператор»

# ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1.Генеральный директор руководит в соответствии с действующим законодательством РФ производственно-хозяйственной и финансово-экономической деятельностью предприятия в пределах полномочий, предоставленных ему нормативно-правовыми актами РФ, Уставом, внутренними нормативными документами, трудовым договором и настоящей Должностной инструкцией, неся всю полноту ответственности за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества, а также финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

1.2.Генеральный директор относится к категории руководителей, назначается и освобождается от занимаемой должности общим собранием акционеров Общества.

1.3.Генеральный директор подчиняется непосредственно общему собранию акционеров и Совету Директоров Общества.

1.4. Генеральному директору непосредственно подчиняются Главный бухгалтер, Руководители структурных подразделений (отдела продаж, маркетинга), Секретарь.

1.5. На время отсутствия Генерального директора организации его должностные обязанности выполняет назначаемый приказом сотрудник, относящийся к категории руководителей, который несет ответственность за качественное, эффективное и своевременное их выполнение.

1.6. Генеральному директору устанавливается ненормированный рабочий день.

1.7. В своей работе Генеральный директор руководствуется:

* требованиями действующего законодательства РФ;
* нормативными документами Федеральной Комиссии по рынку ценных бумаг и другими нормативными документами, регламентирующими работу с ценными бумагами;
* Уставом ООО
* Правилами ведения реестров владельцев именных ценных бумаг и другими внутренними нормативными документами;
* требованиями общего собрания акционеров и Совета Директоров Общества;
* настоящей Должностной инструкцией.

2. ФУНКЦИИ

На Генерального директора возложены следующие функции:

* Осуществление руководства финансовой и хозяйственной деятельностью в соответствии с Уставом ООО.
* Обеспечение соблюдения законности в деятельности .
* Составление стратегических и текущих планов.
* Выполнение поручений общего собрания акционеров, Совета Директоров.
* Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений .

3. ОБЯЗАННОСТИ

К непосредственным обязанностям Генерального директора входит выполнение следующих работ и подписание соответствующих документов:

* Осуществление руководства финансовой и хозяйственной (профессиональной) деятельностью предприятия, обеспечение выполнения Обществом возложенных на него задач, своевременного и единообразного выполнения нормативных актов законодательства РФ, Правил ведения реестра владельцев ценных бумаг, Правил внутреннего документооборота и контроля, внутренних нормативных документов.
* Обеспечение соблюдения законности в деятельности предприятия и осуществлении его хозяйственно-экономических связей, использование правовых средств для финансового управления и функционирования, укрепления договорной и финансовой дисциплины, регулирования социально-трудовых отношений, обеспечения поддержания и расширения масштабов предпринимательской деятельности.
* Обеспечение выполнения всех лицензионных требований при осуществлении деятельности фирмы в соответствии с законодательством РФ, организация подготовки соответствующих документов и осуществление всех необходимых действий для получения (продления) лицензии на осуществление уставной деятельности предприятия.
* Организация работы и эффективного взаимодействия всех структурных подразделений, направление их деятельности на развитие и совершенствование производимых работ и услуг с учетом социальных и рыночных приоритетов, повышения эффективности работы, увеличения прибыли, качества и конкурентоспособности оказываемых услуг в соответствии с международными стандартами в целях завоевания отечественного и зарубежного рынка.
* Обеспечение выполнения фирмой всех обязательств перед федеральным, региональным и местным бюджетами, государственными внебюджетными социальными фондами, заказчиками и кредиторами, включая учреждения банков, а также хозяйственных и трудовых договоров (контрактов) и бизнес-планов.
* Организация производственно-хозяйственной деятельности общества на основе широкого использования новейшей техники и технологии, организация разработки и внедрения новейших прогрессивных технологий осуществления работ, прогрессивных форм управления и организации труда, научно обоснованных нормативов материальных, финансовых и трудовых затрат, изучения конъюнктуры рынка и передового опыта (отечественного и зарубежного) в целях всемерного повышения технического уровня и качества работ (услуг), экономической эффективности производства работ и услуг), рационального использования производственных резервов и экономного расходования всех видов ресурсов.
* Организация обеспечения предприятия всеми необходимыми материально-техническими условиями деятельности.
* Защита имущественных интересов фирмы в суде, арбитраже, органах государственной власти и управления.
* Обеспечение сохранности материальных ценностей, принадлежащих предприятию.
* Принятие мер по обеспечению предприятия квалифицированными кадрами, рациональному использованию и развитию их профессиональных знаний и опыта, созданию безопасных и благоприятных для жизни и здоровья условия труда.
* Разработка и утверждение штатного расписания, организация разработки и утверждение Должностных инструкций для сотрудников, организация и осуществление подбора, найма и увольнения сотрудников в соответствии с Должностными Инструкциями, утвержденными предприятием, проведение аттестаций, организация обучения подчиненных сотрудников филиала.
* Обеспечение правильного сочетания экономических и административных методов руководства, единоначалия и коллегиальности в обсуждении и решении вопросов, применение принципа материальной заинтересованности и ответственности каждого работника за порученное ему дело и результаты работы всего коллектива, выплату заработной платы в установленные сроки.
* Решение вопросов, касающихся финансово-экономической и хозяйственной деятельности организации, в пределах предоставленных ему законодательством прав, поручение ведения отдельных направлений деятельности другим должностным лицам, находящимся в его непосредственном подчинении.
* Обеспечение и контроль выполнения решений общего собрания акционеров, Совета директоров, предоставление сведений, отчетности о деятельности и объяснений по вопросам руководства деятельностью фирмы общему собранию акционеров, Совету Директоров и Ревизорам Общества.
* Организация и контроль работ по ведению реестров акционеров, осуществлению сохранности документов и информации, по ведению архивного дела.
* Организация и контроль направления отчетности по профессиональной деятельности в проверяющие государственные органы (ФКЦБ РФ, ПАРТАД и т.д.).
* Организация и контроль выполнения требований и предписаний проверяющих государственных органов (ФКЦБ РФ, ПАРТАД и т.д.).
* Организация и контроль составления и направления запросов, касающихся деятельности по ведению реестров, в государственные и другие регулирующие органы (ФКЦБ РФ, ПАРТАД).
* Организация ведения бухгалтерского учета, всех форм отчетности, делопроизводства и архива предприятия, обеспечение ведения надлежащего учета и составления предусмотренной действующим законодательством РФ отчетности.
* Обеспечение своевременного представления бухгалтерской и иной установленной реешениями Совета директоров отчетности в Совет директоров и в надзорные инстанции.
* Обеспечение по требованию уполномоченных государственных органов и иных организаций предоставления сведений и отчетности о деятельности в установленном законодательством и внутренними документами фирмы порядке.
* Соблюдение служебной тайны в отношении полученной информации, обеспечение применительно к условиям работы предприятия разработки, соблюдения мер и создания условий, препятствующих утечкам конфиденциальной информации, незамедлительное уведомление Совета Директоров обо всех случаях шантажа, угроз и попыток их применения, вне зависимости характера требований, а также попыток получения кем-либо сведений, касающихся деятельности Общества.
* Организация устранения выявленных нарушений законодательства РФ, нормативных правовых актов ФКЦБ РФ, внутренних нормативных документов и процедур, а также причин и условий, способствовавших совершению нарушения.
* Информирование в установленные сроки ФКЦБ РФ о выявленных следующих фактах: о несоблюдении профессиональным участником установленных ФКЦБ РФ расчетных значений нормативов и показателей; о нарушении профессиональным участником требований законодательства РФ, нормативных правовых актов ФКЦБ РФ, иных нормативных правовых актов РФ, повлекшем потерю или существенное уменьшение средств клиента (на 20% и более), о неправомерном использовании служебной информации; о возможном манипулировании ценами профессиональным участником или его клиентами; о предполагаемых нарушениях требований законодательства РФ и нормативных правовых актов ФКЦБ РФ клиентами профессионального участника.
* Предоставление ФКЦБ РФ сведений о принятых или планируемых действиях по устранению вышеназванных нарушений.
* Организация и контроль выполнения подчиненными сотрудниками своих Должностных инструкций, требований законодательства РФ и внутренних нормативных документов, организация работы по устранению нарушений и недостатков в деятельности подчиненных сотрудников.
* Повышение своего профессионального уровня.
* Выполнение надлежащим образом функций, предусмотренных настоящей Должностной инструкцией.
* Выполнение иных исполнительно-распорядительных обязанности по вопросам оперативно-хозяйственной деятельности Общества в соответствии с действующим законодательством РФ, Уставом Общества.

**Должностная инструкция менеджера по реализации услуг (МРУ)**

1.Общие положения.

1.1.На должность менеджера по реализации услуг отдела, далее по тексту МРУ, назначаются лица, имеющие специальное образование, организаторские способности, опыт в работе в сфере международного туризма и (или) внешне- экономической и (или) финансовой деятельности.

1.2.Назначение на должность производится приказом руководителя предприятия на конкурсной основе, по предоставлению кандидата руководителем туристического отдела при наличии вакантной должности.

1.3.Основанием для назначения на должность является индивидуальный контракт, подписанный работодателем и кандидатом на вакантную должность. Условия оплат, сроки выполняемых работ, порядок прекращения контракта или его пролонгации оговариваются в условиях индивидуального контракта.

1.4.МРУ подчинен Старшему менеджеру по реализации услуг. В своей работе МРУ руководствуется приказами, указаниями, распоряжениями и др. документами, подписанными руководителем фирмы, а так же документами, регламентирующими туристскую деятельность.

1.5. Все положения настоящей должностной инструкции являются обязательными к исполнению. За качественное их выполнение МРУ несет персональную ответственность в установленном Законодательством порядке.

1.6.Отступления от требований п. 1.1.настоящей должностной инструкции допускаются по решению руководителя фирмы.

2.Обязанности МРУ

МРУ обязан:

2.1. Знать и выполнять требования настоящей должностной инструкции, документов, регламентирующих туристскую и финансовую деятельность, а также других нормативных документов в части касающейся.

2.2.Уметь вести переговоры с покупателями тур услуг по вопросам их реализации.

2.3.В совершенстве знать свойства и стоимость реализуемого тур продукта.

2.4.Уметь пользоваться справочным материалом.

2.5.Знать правила пользования и уметь пользовать ПК в объеме выполняемых работ.

2.6.Знать Закон о защите прав Потребителей, правила взаиморасчетов с покупателями, хранения и сдачи выручки, составления установленной отчетности.

2.7.Знать английский язык в пределах возможного общения с иностранными гражданами.

2.8.Решать оперативные вопросы с партнерами при реализации услуг в пределах имеющихся договорных отношений.

2.9.Своевременно давать заявки в отдел договоров о необходимости заключения договора на сделки, заказанные покупателями на внеплановые маршруты.

2.10.Контролировать нахождение туристов на маршруте.

2.11.Оформлять в установленном порядке документы на передачу услуг покупателям.

2.12.Своевременно составлять отчеты об использовании бланков строгой отчетности и сдачи выручки в центральную кассу.

**5.3 Должностная инструкция бухгалтера**

I. Общие положения

1. Бухгалтер относится к категории специалистов.

2. На должность бухгалтера назначается лицо назначается лицо имеющее высшее (экономическое) образование и стаж работы по учету и контролю не менее 3 лет;

3. Назначение на должность главного бухгалтера и освобождение от нее производится приказом директора туристского предприятия.

4. Бухгалтер должен знать:

4.1. Законодательные акты, постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие, методические и нормативные материалы по организации бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций и составлению отчетности.

4.2. Формы и методы бухгалтерского учета на туристском предприятии.

4.3. План и корреспонденцию счетов.

4.4. Организацию документооборота по участкам бухгалтерского учета.

4.5. Порядок документального оформления и отражения на счетах бухгалтерского учета операций, связанных с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств.

4.6. Методы экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности предприятия.

4.8. Правила эксплуатации вычислительной техники.

4.9. Основы экономики, организации труда и управления.

4.10. Рыночные методы хозяйствования.

4.11. Законодательство о труде.

4.12. Правила внутреннего трудового распорядка.

4.13. Правила и нормы охраны труда.

5. Бухгалтер в своей работе руководствуется:

5.1. Положением о бухгалтерии организации.

5.2. Настоящей должностной инструкцией.

6. Бухгалтер подчиняется непосредственно руководителю организации.

II. Должностные обязанности

Бухгалтер:

1. Выполняет работу по ведению бухгалтерского учета имущества, обязательств и хозяйственных операций (учет основных средств, товарно-материальных ценностей, затрат на производство, реализации продукции, результатов хозяйственно-финансовой деятельности; расчеты с поставщиками и заказчиками, за предоставленные услуги и т.п.).

2. Участвует в разработке и осуществлении мероприятий, направленных на соблюдение финансовой дисциплины и рациональное использование ресурсов.

3. Осуществляет прием и контроль первичной документации по соответствующим участкам бухгалтерского учета и подготавливает их к счетной обработке.

4. Отражает на счетах бухгалтерского учета операции, связанные с движением основных средств, товарно-материальных ценностей и денежных средств.

5. Составляет отчетные калькуляции себестоимости продукции турфирмы, выявляет источники образования потерь и непроизводительных расходов, подготавливает предложения по их предупреждению.

6. Производит начисление и перечисление налогов и сборов в федеральный, региональный и местный бюджеты, стразовых взносов в государственные внебюджетные социальные фонды, платежей в банковские учреждения, средств на финансирование капитальных вложений, заработной платы рабочих и служащих, других выплат и платежей, а также отчисление средств на материальное стимулирование работников предприятия.

7. Участвует:

7.1. В проведении экономического анализа хозяйственно-финансовой деятельности организации по данным бухгалтерского учета и отчетности в целях выявления внутрихозяйственных резервов, осуществления режима экономии и мероприятий по совершенствованию документооборота.

7.2. В разработке и внедрении прогрессивных форм и методов бухгалтерского учета на основе применения современных средств вычислительной техники.

7.3. В проведении инвентаризаций денежных средств, товарно-материальных ценностей, расчетов и платежных обязательств.

8. Обеспечивает руководителей, кредиторов, инвесторов, аудиторов и других пользователей бухгалтерской отчетности сопоставимой и достоверной бухгалтерской информацией по соответствующим направлениям (участкам) учета.

9. Разрабатывает рабочий план счетов, формы первичных документов, применяемые для оформления хозяйственных операций, по которым не предусмотрены типовые формы, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности, участвует в определении содержания основных приемов и методов ведения учета и технологии обработки бухгалтерской информации.

10. Подготавливает данные по соответствующим участкам бухгалтерского учета для составления отчетности, следит за сохранностью бухгалтерских документов, оформляет их в соответствии с установленным порядком для передачи в архив.

11. Выполняет работы по формированию, ведению и хранению базы данных бухгалтерской информации, вносит изменения в справочную и нормативную информацию, используемую при обработке данных.

12. Участвует в формулировании экономической постановки задач либо отдельных их этапов, решаемых с помощью вычислительной техники, определяет возможность использования готовых проектов, алгоритмов, пакетов прикладных программ, позволяющих создавать экономически обоснованные системы обработки экономической информации.

13. Выполняет отдельные служебные поручения своего непосредственного руководителя.

**5.4 Должностная инструкция менеджера по маркетингу**

1.Общие положения.

1.1.На должность менеджера по маркетингу и договорной работе тур отдела, далее по тексту ММ, назначаются лица, имеющие специальное образование, организаторские способности и опыт в работе в сфере туристического бизнеса, внешне- экономической деятельности, договорной работы и маркетинговых исследований.

1.2.Назначение на должность производится приказом руководителя на конкурсной основе, по предоставлению кандидата руководителем туристического отдела при наличии вакантной должности.

1.3.Основанием для назначения на должность является индивидуальный контракт, подписанный работодателем и кандидатом на вакантную должность. Условия оплат, сроки выполняемых работ, порядок прекращения контракта или его пролонгации оговариваются в условиях индивидуального контракта.

1.4.ММ подчинен генеральному директору. В своей работе ММ руководствуется приказами, указаниями, распоряжениями и др. документами, подписанными руководителем предприятия, а так же документами, регламентирующими туристскую деятельность.

1.5. Все положения настоящей должностной инструкции являются обязательными к исполнению. За качественное их выполнение ММ несет персональную ответственность в установленном Законодательством порядке.

1.6.Отступления от требований п. 1.1.настоящей должностной инструкции допускаются по решению руководителя предприятия.

2.Обязанности ММ

ММ обязан:

2.1. Знать и выполнять требования настоящей должностной инструкции, а так же документов, регламентирующих туристскую деятельность в части касающейся.

2.2.Знать основы маркетинга и договорной работы, географию. Уметь составлять проекты договоров, вести переговоры с Партнерами, уметь описывать маршруты, формировать пакеты услуг, составлять памятки и другой информационный материал для покупателей туристских услуг.

2.3.Контролировать сроки договоров, принимать меры к своевременному их продлению, внесению необходимых дополнений, поправок и т.д.

2.4.Взаимодействовать со службами предприятия по вопросам согласования условий договоров.

2.5.Проводить организационные работы непосредственно в местах предстоящего отдыха.

2.6.Своевременно доводить до персонала ТО условия заключенных договоров, а так же информировать о готовящихся договорах в части касающейся.

2.7.Знать основы работы с компьютером, уметь самостоятельно выполнять необходимые операции.

2.8.Вносить предложения по наиболее перспективным направлениям туристской деятельности.

2.9.Получать отзывы от покупателей услуг, готовить ответы на письма и заявления туристов и партнеров.

2.10.Выполнятьработы, связанные с урегулированием споров между сторонами, возникших в результате разного понимания условий договора и в пределах своей компетенции.

2.11.Иметь необходимую информацию для расчетов бизнес- планов и предоставлять ее руководству отдела по требованию.

2.12.Своевременно подготавливать и доводить до персонала отдела каталоги, информационные листки, памятки и др. (кроме тарифов)

2.13. Знать английский язык в пределах, необходимых для общения и решения производственных вопросов.

**5.5 Должностная инструкция секретаря руководителя**

I. Общие положения

1. Секретарь руководителя относится к категории технических исполнителей.

2. На должность секретаря руководителя назначается лицо, имеющее высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы или среднее профессиональное образование и стаж работы по специальности не менее 2 лет.

3. Назначение на должность секретаря и освобождение от нее производится приказом директора фирмы.

4. Секретарь должен знать:

4.1. Постановления, распоряжения, приказы, другие руководящие и нормативные документы вышестоящих и других органов, касающиеся деятельности предприятия.

4.2. Положения, инструкции, иные нормативные документы по ведению делопроизводства.

4.3. Структуру и руководящий состав предприятия и его подразделений.

4.4. Организацию делопроизводства.

4.5. Методы оформления и обработки документов.

4.6. Архивное дело.

4.7. Машинопись.

4.8. Правила пользования приемно-переговорными устройствами.

4.9. Стандарты унифицированной системы организационно-распорядительной документации.

4.10. Правила печатания деловых писем с использованием типовых форм.

4.11. Основы этики и эстетики.

4.12. Правила делового общения.

4.13. Правила эксплуатации вычислительной техники.

4.14. Основы административного права и законодательства о труде.

4.15. Правила внутреннего трудового распорядка.

4.16. Правила и нормы охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты.

5. Секретарь подчиняется непосредственно руководителю фирмы.

6. На время отсутствия секретаря руководителя (болезнь, отпуск, пр.) его обязанности исполняет лицо, назначенное в установленном порядке, которое приобретает соответствующие права и несет ответственность за надлежащее исполнение возложенных на него обязанностей.

II. Должностные обязанности

Секретарь:

1. Осуществляет работу по организационно-техническому обеспечению административно-распорядительной деятельности руководителя.

2. Принимает поступающую на рассмотрение руководителя корреспонденцию, передает ее в соответствии с принятым решением в структурные подразделения или конкретным исполнителем для использования в процессе работы либо подготовки ответов.

3. Ведет делопроизводство, выполняет различные операции с применением компьютерной техники, предназначенной для сбора, обработки и представления информации при подготовке и принятии решений.

4. Принимает документы и личные заявления на подпись руководителя.

5. Подготавливает документы и материалы, необходимые для работы руководителя.

6. Следит за своевременным рассмотрением и представлением структурными подразделениями и конкретными исполнителями документов, передаваемых руководителю на подпись, обеспечивает их качественное их редактирование.

7. Организует проведение телефонных переговоров руководителя, записывает в его отсутствие полученную информацию и доводит до его сведения ее содержание, передает и принимает информацию по приемно-переговорным устройствам (телефаксу, телексу и т.п.), а также телефонограммы, своевременно доводит до его сведения информацию, полученную по каналам связи.

8. По поручению руководителя составляет письма, запросы, другие документы, готовит ответы авторам писем.

9. Выполняет работу по подготовке заседаний и совещаний, проводимых руководителем (сбор необходимых материалов, оповещение участников о времени и месте проведения, повестке дня, их регистрация), ведет и оформляет протоколы заседаний и совещаний.

10. Осуществляет контроль за исполнением работниками предприятия изданных приказов и распоряжений, а также за соблюдением сроков выполнения указаний и поручений руководителя, взятых на контроль.

11. Ведет контрольно-регистрационную картотеку.

12. Обеспечивает рабочее место руководителя необходимыми средствами организационной техники, канцелярскими принадлежностями, создает условия, способствующие эффективной работе руководителя.

13. Печатает по указанию руководителя служебные материалы, необходимые для его работы или вводит текущую информацию в банк данных.

14. Организует прием посетителей, содействует оперативности рассмотрения просьб и предложений работников.

15. Формирует дела в соответствии с утвержденной номенклатурой, обеспечивает их сохранность и в установленные сроки сдает в архив.

16. Выполняет отдельные служебные поручения своего непосредственного руководителя.

**Заключение**

В заключение данной работы следует отметить, что разработанная система управления предприятием «Туроператор» вполне конкретна и полноценна. Что значит, что такая система управления осуществима в современных условиях существующего туристского рынка.

В работе учтены все факторы управления – от организационно-правовых, до человеческих.

Работа выполнялась с проекцией на современные условия деятельности большинства туристских предприятий, с учетом разнообразия потребительского рынка, а также туристских предложений на современном рынке.

Структура предприятия, его управления отвечает всем нормам и правилам управления современными предприятиями.

**Список литературы**

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. Издание 6-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. — 448 с.
2. Ф. Маркетинг в туризме. / сост. Ю.Н.Борисова, Н.И.Гагарин, Ю.В.Забаев, А.И.Сесёлкин. - М.: РМАТ, 1996;
3. Котлер. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 1991;
4. Кубышкин Н. И. Менеджмент туризма. – Минск: Новое издание, 2004;
5. Чудновский А. Туризм и гостиничное хозяйство. – М: Бизнес книга, 2003;
6. Internet

* www. Oriontour2005.ru
* www. Travel.ru
* www. Turist.ru … и другие.