

## ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНОМУ АГЕНТСТВІ «НАВКОЛО СВІТУ»

Кривошей А.Е.

*Таврійський державний агротехнологічний університет*

Розвиток туризму відіграє важливу роль у вирішенні соціальних проблем держави. В багатьох країнах світу саме за рахунок туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни. Розвиток сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, вдосконаленню системи медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів поширення інформації тощо. Туризм безпосередньо впливає на соціальне, культурне й економічне життя держави.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, що дає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає прибуток у скарбницю. Не говорячи вже про те, що ця система «годує» дуже багато фізичних і юридичних осіб, так чи інакше зв'язаних із наданням туристичних послуг.

У даній роботі була зроблена спроба виділити й проаналізувати основні принципи ведення туристичної діяльності та менеджменту у такій сфері як обслуговуюча, на прикладі туристичної фірми "Навколо світу".

ТА «Навколо світу» має ліцензію на здійснення туристичної діяльності. Серед продуктів компанії здебільшого авіаційні тури, через специфічну її направленість.

Практика допомогла мені зрозуміти, як багато залежить від грамотно створеної системи управління на підприємстві починаючи від правильно підібраних кадрів і закінчуючи ефективною роботою з інформацією. У турфірмі "Навколо світу" організаційна культура відіграє дуже важливу роль і вона бути предметом пильної уваги з боку керівництва. Для керівника підприємства дуже важливо розробити відповідну систему управління персоналом, навчитися стимулювати співробітників.

Важливе значення для роботи підприємства має маркетинг. В даний час, коли практично всі ніші ринків вже зайняті і в кожній з них є свої лідери, дуже складно пробитися в одну з них і завоювати місце. Від правильної цінової політики і ступеня мотивації персоналу залежить дуже багато.

Під час проходження виробничої практики в тур фірмі "Навколо світу" в якості молодшого помічника менеджера були придбані не лише прекрасні навички в сфері технологій туристичного бізнесу, а й закріпилися і заглибилися теоретичні знання, набули практичних навичок самостійної роботи.

Дана практика дозволила при дослідженні структури та організаційної діяльності турфірми розширити і поглибити вже наявні знання і розвинути до неї інтерес, дозволяючи тим самим визначити для себе правильність вибору даної професії.

При складанні звіту були виконані наступні завдання:

- вивчення діяльності служб і відділів підприємства і їх взаємодією;
- набула певного досвіду у спілкуванні з туристами, партнерами;
- оволоділа методикою оформлення різноманітної документації;
- оволоділа способами формування та розробки спеціальних заохочень та пропозицій для туристів;

Фахівець в галузі туризму повинен володіти різнобічними знаннями в області географії, економіки, юриспруденції, культурології, історії, етики спілкування, психології і т. д.

Під час практики у турфірмі "Навколо світу" ми дізналися, як ефективно управляти персоналом, як зацікавити клієнта, навчилися розробляти індивідуальні тури для любителів

подорожувати. Також ми отримали навички спілкування з клієнтами, колегами, партнерами. Вважаю, що отримані мною знання дуже цінні для нашого розвитку як фахівця

#### **Список використаних джерел**

1. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. - Тернопіль: Карт-бланш, 2006. - 275 с.
2. Дем'яненко С.Р. Основи бізнес-планування туристичної фірми: Навчально-методичний посібник. - М.: Радянський спорт. 2002. - 304с
3. Горемикін В.А., Богомолів А. Ю. Бізнес-план: Методика розробки. 45 реальних зразків бізнес - планів .- М.: «Ось-89», 2002.-864 с.
4. Грабовська І.В., Капінос Г.І. Планування діяльності підприємства.-Хмельницький: ТУП, 2002.-142с.
5. Економіка та організація виробництва: Підручник / За ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера. - К.: Знання, 2007. - 678 с.

**Науковий керівник: Демко В.С., викладач**

## **СПЕЦИФІКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ**

**Кривцун Є.В. [eugenebroforce@gmail.com](mailto:eugenebroforce@gmail.com)**

*Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного*

Світовий ринок послуг за останні десятиріччя розвивається швидкими темпами. Міжнародна торгівля послугами стала такою ж постійною і прибутковою, як і торгівля промисловими товарами. Можна відмітити зростання потреби в транспортних послугах, туристичних, фінансових та правових послугах.

Прибутковість і дохідність учасників сфери послуг можлива тільки при вирішенні трьох основних завдань:

- створення постійно діючих систем збору і поширення комерційної інформації, включаючи банки даних, причому як кон'юнктурного характеру, так і статистичні, що дозволяють оцінювати не тільки стан внутрішнього і зовнішнього ринків, а й економічні тенденції їх розвитку;
- створення матеріально-технічної бази, що дозволяє сформувати основні елементи ринкової інфраструктури - власну складську мережу, транспорт, зв'язок, комунікації з метою своєчасного виконання контрактних зобов'язань з постачання товарів та обслуговування;
- систематичне здійснення якісної підготовки і перепідготовки власних кадрів - менеджерів і агентів торгівлі, що забезпечують своєчасне виконання завдань, спрямованих на забезпечення якісними послугами цільових аудиторій клієнтів [1].

Внаслідок економічної кризи в Україні найбільше потерпають такі сфери послуг, як пральні та хімчистки, ремонтні майстерні, трохи ліпше становище має ресторанний ринок, ринок салонів краси та ринок корпоративного страхування, зберігають стабільність з найменшими втратами ринок телефонії, готельний ринок, ринок реклами та маркетингових послуг, а в стані процвітання знаходиться ринок послуг автозаправок. Щодо перспективи розвитку сфери послуг України, то очевидним і закономірним є її залежність від своєчасного подолання загальноекономічної кризи.

Розвиток сфери послуг в Україні зазнає постійного впливу як позитивних, так і негативно чинників. Негативними чинниками є: невисокий рівень конкуренції між підприємствами сфери послуг; слабе реагування підприємств сфери послуг державного сектора економіки на мінливі умови в споживному попиті; недоробки в нормативно-