**Практическая работа №3**

**Тема: Оценивание предметной области**

**Цель**: знакомство со структурой оценивания предметной области организации.

**Область исследования: «Туристическое агентство»**

*Миссия и цели на рынке –* Туристическое агентство создается с целью предоставления своим Клиентам (заказчикам) профессиональной помощи в организации путешествий:

* Поиск и договор с туроператорами
* Нахождение наиболее выгодного тура
* Решение проблем с туроператором (в случае, если они появятся)

*Сегмент рынка* – занять свою нишу

*Выпускаемая продукция и услуги* – туры: Пляжный, экскурсионный, лечебный, детский, экзотический, горнолыжный, новогодний, свадебный, индивидуальный туры, а также дайвтуры.

*Поставщики* – туроператоры, предоставляющие туры.

*Партнеры* = авиакомпании

*Посредники* – туристическое агентство является посредником между клиентом и туроператором.

*Каналы распространения продукции* - Каналы распространения туристских услуг включают прямые продажи производителем, оптовую торговлю через различные оптово-посреднические организации, реализацию через розничную сеть.

**Ключевые факторы успеха:**

Цена – доступная, система кэшбека

Издержки – отсутствуют

Ориентация на клиента – крупные и средние заказчики

Обслуживание – на высоком уровне

Гарантия – 100%

**Идентификация перепроектируемых бизнес-процессов: оценка по ключевым факторам успеха по 10 балльной шкале, установление приоритета:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Фактор успеха | Оценка |
| 1. | Цена | 3 |
| 2. | Издержки | 5 |
| 3. | Ориентация на клиента | 10 |
| 4. | Обслуживание | 10 |
| 5. | Гарантия | 10 |

**Неформальное описание отличительных особенностей новых процессов от существующих:**

Для успешного функционирования предприятия необходимо предпринять ряд шагов:

1. Найти самые лучшие туры у туроператоров
2. Выбрать самые выгодные по соотношению цена-качество
3. Сделать качественную рекламу туров
4. Предоставлять эксклюзивные туры.

**Определение возможностей предприятия: степень квалификации персонала фирмы, техническая оснащенность производства.**

*Степень квалификации персонала фирмы.*

Прежде всего, стоит сформулировать организационную схему управления туристическим агентством.

Менеджер

Менеджер

Менеджер

Психолог

Бухгалтер

Исполнительный директор

Директор

Директор (должен иметь опыт работы руководящей должности от 3-5 лет) занимается кадрами, заключает договоры с клиентами и туроператорами, которые предоставляют нам туры.

Бухгалтер (опыт работы в соответствующей области от 5 лет) ведет всю финансовую деятельность фирмы (начисление и уплата налогов, распределение прибыли, расчет и выдача заработной платы).

Исполнительный директор (опыт работы от 3 лет) контролирует деятельность менеджеров, психолога.

Психолог (опыт работы от 2 лет) определяет целевую группу на рынке, потребляющую рекламируемый тур, их потребности и делает выводы о том, как рекламируемый тур удовлетворяет эти потребности.

Менеджер (опыт работы от 2 лет), ответственный за проект, контролирует деятельность психолога, связывается с туроператорами и авиакомпаниями.

Для удовлетворения запросов всех клиентов мы берем на должность менеджера трех людей.

*Техническая оснащенность производства.*

2 персональных компьютера для директора, исполнительного директора, 2 принтера, плоттер, сканер, дигитайзер, соответствующие лицензионные программные продукты.

**Описание возможных сценариев развития предприятия: появление новых технологий, ресурсов, изменение поведения клиентов, партнеров, конкурентов:**

При появлении новых технологий необходимо направить сотрудников для повышения квалификации на специальные учебные курсы. При появлении новых ресурсов необходимо следить за тенденциями. При изменении поведения партнеров необходимо расширять партнерскую базу. При изменении поведения конкурентов необходимо проводить мониторинг и создавать новый пакет услуг, кардинально отличающийся от пакета услуг конкурента.

**Определение рисков, связанных с обеспечением финансовых ресурсов,**

**надежностью партнеров, экономической и политической обстановкой.**

*Возможные риски:*

· риск, связанный с неоплатой услуг клиентами;

· риск, связанный с отменой рейса/ тура

*Политические риски:*

· риск, связанный с забастовками.

*Риск, связанный с надежностью партнеров:*

· риск, связанный с задержкой поставок туров

· риск, связанный с качеством оказания услуги

*Экономические риски:*

· риски, связанные с возможным экономическим кризисом

*Источники возникновения рисков:*

• недостаточная информация о спросе на данный тур;

• недостаточный анализ рынка;

• недооценка своих конкурентов;

• падение спроса на данный тур.

*Меры по сокращению и минимизации рисков.*

Действие перечисленных рисков можно ограничить с помощью тщательной проверки финансового положения и репутации туроператоров. Мы будем работать по 100%-ной предоплате. С туроператорами, имеющими собственную производственную базу, мы будем устанавливать тесные деловые отношения на длительный срок.

**Функциональная модель:**

* Нахождение