Атаев И.М. группа 910101

**Тема:** **РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТУРАГЕНТСТВА В ТУРИЗМЕ**

**Аннотация**. В данной статье рассматривается роль и значение деятельности турагентства в туризме. Показана взаимосвязь туроператора и туристских организаций. А также рассмотрены некоторые условия успешного развития турагентства.

**Ключевые слова**: туризм, туроператор, турагент, менеджер, туристский продукт.

Современная индустрия туризма представляет одну из самых прибыльных отраслей мирового хозяйства. На долю туризма приходится 10% глобального валового внутреннего продукта и 6% общего мирового экспорта. Туризм – деятельность физических лиц во время свободных передвижений (путешествия, поездки) и/или их пребывания за пределами обычной среды в течение периода, не превышающие 12 месяцев подряд, с конкретно определёнными целями, совершаемые собственно туристом с необходимой для него мотивацией: отдых, деловые, познавательные и другие цели; без занятия оплачиваемой

деятельностью [1]. Индустрия отдыха охватывает различные стороны общественных отношений и задевает многие сферы народного хозяйства. Занятие туризмом всегда было одним из главных компонентов культурного обмена между странами и народами на протяжении многих тысяч лет.

Вследствие оживления туристской отрасли, разрастается культурное пространство, поднимается экономика, укрепляются коммуникативные связи, обогащается духовный потенциал личности и общества в целом. Индустрия туризма – специфическая отрасль экономики, которая включает в себя деятельность, как туристских предприятий, так и других предприятий, обеспечивающих туризм.

Услуги непосредственных предприятий на рынке представляют туроператоры. Туроператор — это организация, которая занимается составлением туров и формированием комплекса услуг для туристов. Туроператор занимается разработкой туристских маршрутов, обеспечивает функционирование туров и предоставление услуг, подготавливает рекламно-информационные материалы по своим турам, производит расчет цен на туры, передает туры турагенту для их сбыта. Точное планирование тура позволяет избежать возможных накладок в процессе реализации тура, таких как изменение состава или общего количества услуг относительно с заявленными или нестыковка по времени организации туристских мероприятий.

Туристское агентство – это организация или индивидуальный предприниматель, которые занимаются продажей туров, скомплектованных туроператором. Эти организации покупают туры у туроператора и продают их потребителю. Турагент реализует туристу составленный туроператором тур на тех условиях, которые предлагаются туроператором. Турагент добавляет к приобретаемому туру проезд туристов от места их проживания до первого по маршруту пункту размещения, от последнего на маршруте пункта размещения и обратно [2]. Глав-ной рыночной функцией турагентств является соединение импортеров услуг с туристами, иногда сильно разъединенных как по времени, так и территориально.

Главные задачи турагентства:

- полное и безграничное изложение возможностей отдыха и путешествий по всем существующим турам, курортам, и так далее;

- продвижение этих изложенных данных с помощью рекламы;

- организация продажи туристского продукта согласно с современными способами торговли, а также используя специфику и особенности туристского предпринимательства. У туристских агентств могут быть разные формы:

- туристские агентства по продаже туров, которые сформированы туроператорами на условиях комиссионного вознаграждения;

- транспортно-туристские агентства по организации транстуров. Здесь появляются перспективы для образования совместных предприятий с транспортными организациями: авиационно-транзитными предприятиями, авиакомпаниями, железными дорогами. Видом взаимодействия с перевозчиками тоже являются агентские соглашения по продаже транспортных билетов;

 - турагентства при туроператоре, реализующие, прежде всего собственные продукты, но продающие и приобретенные туры. С точки зрения специфики деятельности, турагентства могут быть:

- многопрофильными (наиболее популярны), то есть осуществляющими комплексное предоставление услуг любым клиентам, в том числе отпускникам, командированным и др.;

- специализированными, особенно распространенными из них являются коммерческие турагентства, которые организуют деловые поездки для крупных компаний, включая конгрессное обслуживание, а также специализирующиеся на организации отдыха.

 Среди иных возможных шагов и немаловажных условий для благополучного развития туристского бизнеса является профессионализм менеджеров турагентства. Менеджер по туризму – это специалист в области туризма, занимающийся организацией туристских поездок клиентов. Чтобы стать менеджером, необходимо обязательно занимать управленческую должность и обладать знаниями в области управления предприятием, придерживаться норм корпоративного поведения [3].

В основные обязанности менеджера турфирмы входят:

- организация изучения потребностей туризма;

 - организация приема запросов от туристов-клиентов, оформление платежных документов;

- предоставление туристских услуг;

- проведение беседы с турагентами и туроператорами;

 - всевозможные консультации туристов и др. Менеджер в сфере туризма должен уметь:

 - удовлетворить потребность потребителя;

 - находить мотивы к приобретению туристского продукта; - понять интересы, выслушать;

 - убеждать, вести переговоры;

 - уметь аргументировано отвечать на возражения;

- использовать выразительные средства речи; - знать, как принять потребителя и завязать контакт;

- внимательно следить за развитием отношений;

 - завершить продажу тогда, когда это потребуется [4].

 Человеческий фактор в сфере туризма является главным в становлении качества обслуживания, так как от этого зависит уровень продаж туристского продукта, а самое главное прибыльность самой турфирмы.

Особое внимание уделяют сервисной составляющей в формировании целостной деятельности менеджера по туризму, так как она формирует способность к эффективному общению с потребителями туристского продукта, умение организовывать процесс обслуживания потребителя, способность правильно использовать нормативные документы по качеству.

Сейчас общепризнанно, что успех в бизнесе полностью обуславливается способностью менеджера работать с коллегами, его личными качествами и умением эффективно управлять людьми.

Из всего выше сказанного следует, что роль менеджера в управлении турагентством заключается в обеспечении выживания организации на долгосрочное время, выполнения тех задач, для которых организация была первоначально предназначена. От менеджеров зависит как быстро и успешно будет развиваться турфирма.

Таким образом, современная индустрия туризма является одной из высокодоходных и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Успех развития туризма зависит от эффективной деятельности турагентства. Туризм, в свою очередь, способствует притоку в страну финансовых ресурсов. Развитие туризма способствует созданию новых рабочих мест и обеспечению занятости населения, повышает качество жизни людей, улучшает систему социально-культурного обслуживания.

**Литература**

1. Горгоц О.В. Анализ состояния индустрии туризма в условиях глобализации / О.В. Горгоц // АВУ. – 2007. – № 6. – С. 87-89.

 2. Белоградская К.В. Турфирма в условиях современной экономики / К.В. Белоградская // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2009. – № 117. – С. 100-105.

3. Лычак Я.Д. Ключевые квалификации специалистов сферы туристского сервиса / Я.Д. Лычак // Вестник РГУ им. И. Канта. – 2008. – № 5. – С. 106-110.

 4. Иванова Е.В. Сервисная составляющая в деятельности менеджера турагентства / Е.В. Иванова // Инновационные направления развития в образовании, экономике, технике и технологиях: науч.-практ. конф., посвящ. 85- летию ДГТУ (19-20 мая 2015 г.): сб. ст.: в 2-х ч. / под общ. ред. д.т.н., проф. В.Е. Жидкова. – Ставрополь: Ставролит; ТИС, 2015. – Ч. I. – С. 26-33.