

Быковская Ольга Владимировна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Московский государственный

институт культуры»

г. Химки, Московская область

К ВОПРОСУ ОБ ОБРАЗОВАНИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ТУРАГЕНТСТВ НА СОВРЕМЕННОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ

Аннотация: рассмотрены особенности функционирования турагентств в условиях участившихся банкротств средних и крупных туроператоров. Проанализированы возможные направления переориентации деятельности турагентств, способствующие их стабильному функционированию в современных условиях.

Ключевые слова: успешное решение, профессиональные задачи, профессиональные компетенции, турагентства.

Выпускник вуза должен уметь не только разрабатывать и реализовывать качественные туристские продукты и услуги, но и уметь оценить риски предприятия туристской индустрии. Учесть все факторы риска и неопределенности при планировании и прогнозировании развития даже одного турагентства и/или туроператора в современных условиях является архисложной задачей, не говоря уже об отрасли в целом. «Под неопределенностью понимается неполнота или неточность информации об условиях выполнения прогноза, в том числе о связанных с ними затратах и результатах. Неопределенность, связанная с возможностью возникновения в ходе выполнения прогноза неблагоприятных ситуаций или последствий, характеризуется понятием «риск» [1].

Успешное решение профессиональных задач в сфере туризма обуславливается не только общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, но и личностными качествами, такими как стрессоустой-

чивость, умение мобилизоваться в сложных ситуациях, готовность адаптироваться к изменяющимся условиям. Не претендуя на обобщения, а исходя лишь из собственного опыта, могу констатировать тот факт, что, иногда, лучшие студенты в результате тестирования получают порой более низкие баллы, чем их сокурсники, например, когда на образовательном портале рубежный контроль выполняют в форме теста, и значительно лучше других, если тест предлагается для самооценки знаний. Иными словами, неумение справиться с волнением оказывает влияние на результативность ответов, но не самих знаний. Представляется, что в эпоху использования дистанционных образовательных технологий в учебном процессе значимость преподавателя как педагога в достаточной мере еще не оценена и требует переосмысления.

Ряд банкротств средних и крупных туроператоров, произошедших за последний период [2; 3], в достаточно существенной степени перекроил современный рынок выездного туризма, как на уровне туроператорской деятельности, так и, пожалуй, ещё в большей степени, для туристских агентств. Если раньше для успешного функционирования достаточно было иметь небольшой офис в хорошем месте и набор турпакетов, включающий популярные направления для пляжного отдыха и экскурсионного туризма от нескольких операторов, то в современных условиях названные факторы далеко не всегда являются гарантией стабильной и рентабельной работы турагентства.

Испорченный отдых, а зачастую и потеря значительных материальных средств, скапливаемых в течение длительного времени, являются достаточно серьёзной психологической травмой. Поэтому главными следствиями указанных событий на туристском рынке явились разочарование части туристов в надёжности турбизнеса и их переориентация на самостоятельное планирование и формирование всех составляющих своего отдыха. Действительно, современное состояние Интернета, наличие огромного числа сайтов по бронированию отелей и других туристских услуг делает такую задачу вполне доступной для большинства даже не очень продвинутых интернет-пользователей.

В силу всех названных причин функционирование турагентств на рынке выездного туризма существенно усложнилось. Представляется, что для выживания агентства и продолжения его успешной работы необходимыми мерами являются следующие.

Во-первых, гораздо более тщательный, нежели ранее, отбор туроператоров для заключения турагентских договоров. Эта работа должна включать оценки истории деятельности туроператора в предыдущие периоды, его экономического положения в настоящий момент, анализ квалификации персонала, состава владельцев данного турбизнеса, размера предоставляемых финансовых гарантий, и другие факторы. С одной стороны, эта часть анализа, которую рядовой турист, как правило, не в состоянии сделать самостоятельно, либо из-за нехватки времени, либо по причине отсутствия соответствующих знаний и информации в открытом доступе. С другой стороны, что весьма немаловажно, результаты такого анализа могут и, пожалуй, должны стать частью маркетинговой стратегии агентства, его визитной карточкой, предоставляемой каждому клиенту в качестве преимущественной позиции именно данного турагентства.

Во-вторых, агентство должно расширить и представить значительно более широкий спектр консультационных услуг по выбору направлений и стран для желаемого туристом типа отдыха, включая не просто описание той или иной страны и её достопримечательностей и особенностей, но и выбора отелей внутри страны или конкретного места отдыха, дополнительных экскурсий и других туристских услуг в месте пребывания, их особенностей, возможных рисков и других немаловажных нюансов. Сюда же следует отнести консультации и рекомендации по малоизвестным и не столь массовым местам отдыха, тем не менее способным предоставить достаточно качественный и интересный туристский сервис.

В-третьих, современное турагентство может взять на себя некоторую часть туроператорских функций в области частичной организации индивидуальных туров. А именно, в качестве таковых могут выступать отдельные, по запросу клиента, услуги по получению визы, покупке билетов и страховых полисов, аренде

машин и некоторые другие. При этом речь не идёт о продаже полного турпакета, определённую часть рисков индивидуальный турист должен взять на себя.

Наконец, в-четвёртых, в связи с известным ростом валютных курсов следует обратить внимание на отдельные сектора внутреннего туризма. Рост объёмов внутреннего туризма в последнее время говорит как о повышении интереса к подобному туризму со стороны россиян, так и о достаточно значительном росте качества предоставляемых услуг.

Резюмируя, следует отметить, что задачи успешного и стабильного функционирования современного турагентства носят комплексный, сложный и многосторонний характер. Их решение особенно плодотворно при творческом подходе. Однако насыщенность туристского рынка, обострение конкуренции не оставляет, по существу, другого выбора для всех его составляющих, включая туристские агентства, которые, несомненно, останутся участниками этого рынка и в далёком будущем.

Список литературы

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 268–269.
2. World-s [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://world-s.ru/newsturizma/4941-tourperator-iskluhenie-iz-reestra-rostourizma-01-01-2016>
3. Bankrothelp.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bankrothelp.ru/turoperator/spisok-turfirmitov-a-takzhe-oper.html>