

Слепцова Маргарита Айдаровна

магистрант

ФГАОУ ВПО «Северо-Восточный федеральный
университет им. М.К. Аммосова»

г. Якутск, Республика Саха (Якутия)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНТСТВА «ДАЙМОНДТУРС»

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются перспективы развития туризма в Республике Саха (Якутия), а именно рассматривается деятельность туристической компании «ДаймондТурс». Актуальность статьи обусловлена тем, что туристическая отрасль представляет собой огромный интерес и большие перспективы для Республики Саха (Якутия).*

***Ключевые слова:** туризм, бизнес, экономика, туристическое агентство, прибыль, конкурентоспособность.*

В настоящее время туризм очень быстро развивается и становится одной из ведущих отраслей экономики. Благодаря быстрому развитию туризма быстро расширяются экономические, культурные, политические и научные связи между государствами. Туризм помогает расширить наш кругозор, познакомиться с традициями, культурой иной страны.

Туризм играет огромную роль в нашей жизни и оказывает огромное влияние на основные отрасли экономики таких как, производство продуктов, связь, транспорт, одним словом, является своеобразным стабилизатором социально-экономического развития [3, с. 15].

Туристическая сфера в Республике Саха (Якутия) находится в начальной стадии развития.

Характеристика туристического агентства ООО «ДаймондТурс»

Миссия турагентства: обеспечить качественный отдых каждому туристу.

Во-первых, внимание туристического агентства «ДаймондТурс» ориентировано на клиента, и, во-вторых, на получение прибыли. Товары и услуги, предлагаемые фирмой, определяют возможность продаж и получения прибыли.

Туристическое агентство «ДаймондТурс» было зарегистрировано 26 апреля 2013 года. Полное официальное наименование – общество с ограниченной ответственностью «ДаймондТурс».

Общая численность штата работников предприятия – 3 человека, таким образом, фирму можно определить как микро предприятие. Опыт успешной деятельности сотрудников компании на рынке туристического бизнеса около двух лет.

За время работы у туристического агентства «ДаймондТурс» появились фирмы – партнеры. Это, например, «Алеан», «БиблиоГлобус», «Туртранс Вояж», «Корал трэвел», «Пегас туристик».

Отрасль во многих странах очень развит, однако, в Якутске туризм еще не достиг такого уровня. В то же время, можно сказать, что в России существует огромные ресурсы для развития туристических услуг. Для того чтобы туристический бизнес развивался динамично и приносил прибыль, следует шире применять инновации и технологии.

В настоящее время широко применяемой в туристической индустрии инновационной технологией являются программы электронного бронирования и составления туров. Такие рода программы помогают турагентству получать достоверную информацию о ценах и количестве свободных мест.

Туристическое агентство «ДаймондТурс» является молодой и развивающейся компанией и инновациями в турфирме можно назвать разработку новых направлений и услуг. С начала летнего сезона продаж клиентам компании были предложены новые туры, а именно туры в такие страны как Саудовская Аравия, Япония, Бразилия, Танзания. Следует отметить, что это новые страны для «ДаймондТурс».

«ДаймондТурс» начал заниматься программой международного студенческого обмена «Work and Travel» с октября месяца. Для данной компании эта программа является разработкой новых услуг. «Work and Travel» – программа государственного департамента США. Подобные программы студенческих обменов создаются с целью дать возможность иностранным студентам познакомиться с жизнью других стран, найти новых друзей, заработать денег и усовершенствовать знание языка. В программе могут участвовать студенты очного отделения вузов.

К инновациям можно отнести и введение в продажу подарочных сертификатов.

К недостаткам турфирмы можно отнести ее финансовую деятельность, это в основном происходит из-за кризиса в туристической сфере, которая вызвано ряда банкротств крупных туристических компаний.

Далее приводятся рекомендации, которые, помогут улучшить работу турфирмы:

1. Расширение маркетинговой политики, например, размещение рекламы на радио и телевидение.

2. Использование внесезонных скидок разного вида.

3. Нужно изучить и создать новый туристский продукт, который будет актуален и востребован. Для этого необходимо постоянно проводить потребительские исследования, например, анкетирование, интервью или опрос, чтобы выявить предпочтения клиентов. В результате, это поможет отслеживать изменение потребительского спроса и в последующем принесет доход в турфирму.

4. Необходима разработка актуальных мероприятий, которые помогут повысить конкурентоспособность в этом бизнесе. Необходимо правильная выработка стратегии действий по завоеванию новой доли рынка.

В завершении исследования, можно добавить, что данные рекомендации могут помочь по улучшению как ценовой, так и маркетинговой политики фирмы.

Список литературы

1. Генкин Б.М. Основания экономической теории и методы организации эффективной работы / Б.М. Генкин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, 2013. – 448 с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. – Мн.: Новое знание, 2001. – 432 с.
3. Кусков А.С. Основы туризма: Учебник / А.С. Кусков, Ю.А. Джаладян. – 3-изд., стер. – М.: КНОРУС, 2011. – 392 с.