

## PROMOTIONAL TOUR AS A WAY TO MOTIVATE A TRAVEL AGENCY MANAGER

Sergeeva V.F. (Russian Federation)  
Email: Sergeeva516@scientifictext.ru

*Sergeeva Veronika Fedorovna - Student,  
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY, GEOINFORMATICS AND TOURISM,  
NORTH-CAUCASUS FEDERAL UNIVERSITY,  
STAVROPOL*

**Abstract:** *the article analyzes role of motivation in a travel agency and considers the types of a managers' intangible motivation. Today motivation plays an important role in tourist agencies. It forces the employee to develop, strive to achieve success and build capacity. A comfortable environment within the company and confidence in your knowledge are the components of a successful manager. Promotional tour is one of the methods of training and stimulating the manager. This tour allows the manager to get experience personally, understand the product and implement the tested tours by him in the future. Implementation leads to increased sales. As a result, conclusions about the importance of promotional tours in the tourism industry were drawn.*

**Keywords:** *motivation, promotional tour, travel agency manager.*

## РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ТУР КАК СПОСОБ МОТИВАЦИИ МЕНЕДЖЕРА ТУРАГЕНТСТВА Сергеева В.Ф. (Российская Федерация)

*Сергеева Вероника Федоровна – студент-магистрант,  
кафедра географии, геоинформатики и туризма,  
Северо-Кавказский федеральный университет,  
г. Ставрополь*

**Аннотация:** *в статье проанализирована роль мотивации в туристическом агентстве и рассмотрены виды нематериальной мотивации менеджера. Мотивация сегодня играет в туристических компаниях большую роль. Она заставляет работника развиваться, стремиться к достижению успехов и раскрытию потенциала. Комфортная обстановка внутри фирмы и уверенность в своих знаниях – составляющие успешного менеджера. Одним из методов обучения и стимулирования менеджера является рекламно-информационный тур. Такой тур позволяет менеджеру получать опыт лично, разбираться в продукте и реализовывать в дальнейшем протестированные туры. Реализация ведет к повышению продаж. В результате работы сделаны*

*выводы о важности рекламно-информационных туров в индустрии туризма.*

**Ключевые слова:** *мотивация, рекламно-информационный тур, менеджер турагентства.*

Сегодня в управлении персоналом в туристическом бизнесе выделяются проблемы эффективной координации, мотивации персонала, а также рациональное использование человеческих ресурсов [3]. Туристские фирмы сталкиваются с большой текучестью кадров, отсутствием условий для самореализации сотрудников и раскрытия их потенциала, низкой дисциплиной и др. [1]. В данной статье речь пойдет о мотивации менеджера турагентства с помощью рекламно-информационного тура. В настоящее время актуальным является побуждение людей к активной трудовой деятельности, раскрытия их потенциала и сохранения работников в организации. Заинтересованность и мотивированность персонала может привести организацию к высоким показателям – повышению продаж.

Существует неразрывная связь мотивации персонала и уровня показателей эффективности фирмы. Именно в сфере мотивации следует искать побудительные силы, которые заставляют людей работать с полной отдачей и действовать в интересах организации. Невозможно ожидать высокой трудовой мотивации от сотрудника, который не находит в работе возможностей для самореализации.

Актуальность темы связана с тем, что сегодня система мотивирования персонала в туризме заключается не только в материальных способах, но и в нематериальных специальных методах применимых к менеджеру турфирмы.

Цель данной статьи – рассмотреть рекламно-информационный тур как способ мотивации менеджера турагентства. Для достижения поставленной цели были выведены следующие задачи:

1. Рассмотреть виды нематериальной мотивации, применяемые в турагентстве;
2. Проанализировать черты рекламно-информационного тура и сделать выводы о его влиянии на мотивацию менеджера турагентства.

Основной целью процесса мотивации является получение наивысшей отдачи от использования трудовых ресурсов. Руководителю необходимо поставить конкретные цели и задачи, перед своими сотрудниками и организацией в целом, которую они должны совместно выполнить. Каждый работник должен знать свою роль к достижению непосредственной цели. Грамотный руководитель обычно знает не только материальную мотивацию сотрудников, но и нематериальную. Рассмотрим основные виды нематериальной мотивации:

1. Совещания организации. Именно здесь каждый человек имеет возможность ближе ознакомиться с ближайшими планами и целями компании, тем самым будет осведомленным о делах.

2. Обучение (семинары, бизнес-завтраки) - это тоже способ мотивации. Обучение не ограничивается только получением информации, дающей какое – то новое знание, а должно включать оптимальное соотношение теоретических знаний с практическими навыками, тем самым, принося пользу не только работнику, но и предприятию [2].

3. Возможность иметь обратную связь с управляющим. То есть, руководитель должен прислушиваться к пожеланиям и потребностям в рабочем процессе своих сотрудников, выполнять их, если посчитает это действительно необходимым. Таким образом, работник чувствует, что он услышан и с руководителем установлено взаимопонимание.

4. Проведение праздников и корпоративных мероприятий. Этот способ показывает, что коллектив может общаться не только в рабочей атмосфере, но и во время отдыха. Руководитель таким способом сближает работников и снижает напряженность в рабочей обстановке.

5. Право выбора. Каждый сотрудник может иметь возможность выбрать свой способ поощрения. Например, выбор времени отпуска, удобный график. [3].

6. В качестве дополнительного поощрения и высшей награды для работника служит публичная благодарность за выполненные задачи, например, награждение грамотами, присвоение звания «лучшего работника месяца».

7. Участие в рекламно-информационных турах. Это одно из действенных средств продвижения туристского продукта. Такие туры позволяют менеджеру фирмы чувствовать себя уверенно продавая туристский продукт, быть информированным о его главных характеристиках. Соответственно такие туры приносят туроператору доход от продаж, если продукт понравился агенту, он будет его активно продвигать и реализовывать.

Рекламно-информационный тур не только хорошее средство продвижения, но и большая мотивация для работника. Для новичка – это возможность ознакомиться с продаваемым продуктом, желание получить собственный опыт и поделиться актуальной информацией с клиентом. В дальнейшем это подталкивает менеджера стремиться узнать больше о данном продукте и работать с большей отдачей. Мотивация для опытного работника – повысить свой уровень знаний. Так же рекламно-информационный тур может служить хорошим способом для стимулирования работников в том случае, если в него отправляют лучшего работника по результатам определенного временного отрезка. Тогда менеджеры турфирмы начинают работать усердней и активней.

Мотивирование менеджера туристского предприятия – это важнейшее условие для достижения успеха организации, высокого уровня продаж и раскрытия потенциала работника.

### *Список литературы / References*

1. *Аширов Д.А.* Управление персоналом. Учебное пособие. М.: Высшее образование и наука, 2011.
2. *Чернов А.* Мотивация уже устарела? // Управление компанией / А. Чернов. № 10, 2006.
3. *Иванова Е.В.* Способы мотивации персонала // European research, 2016. № 2 (13). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sposoby-motivatsii-personala/> (дата обращения: 15.01.2020).
4. *Пузакова А.А.* Особенности организации стимулирования персонала в сфере туризма // Вопросы экономики и управления, 2015. № 2. С. 84-88. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/th/5/archive/16/332/> (дата обращения: 15.01.2020).