

## Особенности психологии делового общения в туристско-экскурсионной деятельности

*Байтазиева Самира Сайпудиевна*

*Студент (бакалавр)*

Чеченский государственный университет, Факультет географии и геоэкологии, Грозный, Россия

*E-mail: sim.baitazieva@gmail.com*

Туризм занимает важное место в глобальной экономике, оказывая значительное влияние на многие аспекты жизнедеятельности обществ и государств. Этот сектор приносит значительный доход, создает рабочие места и способствует развитию инфраструктуры, что делает его ключевым драйвером экономического роста во многих странах. Показатели развития туризма характеризуются устойчивым ростом и достигают уже 3 млрд. путешественников в течение года [1, с. 5]. Влияние туризма распространяется далеко за пределы непосредственного предоставления услуг путешествия, охватывая такие области, как транспорт, гостиничный бизнес, культура, здравоохранение и даже сельское хозяйство.

Одним из основных источников дохода на туристском рынке является доля международного туризма. Миллионы людей ежегодно пересекают государственные границы ради отдыха, делового общения, лечения или культурно-познавательных целей. Эти потоки создают спрос на услуги авиакомпаний, железнодорожных компаний, автобусных операторов и морских судов, обеспечивая тем самым рост транспортной отрасли. Кроме того, увеличение числа туристов приводит к росту спроса на гостиницы, рестораны, развлекательные центры и магазины, что стимулирует развитие малого и среднего бизнеса. Комплекс всех выше описываемых услуг называют «пэкидж-тур».

Туристский пакет — это комплексное предложение, которое включает в себя ряд услуг, необходимых для комфортного и полноценного путешествия. Основными составляющими туристского пакета являются средства размещения, трансфер, услуги питания и услуги анимационного сервиса.

Средства размещения представляют собой жилье, в котором турист будет проживать во время своего путешествия. Это могут быть отели разной категории, хостелы, апартаменты, кемпинги и другие варианты. Выбор зависит от бюджета и предпочтений путешественника.

Транспортно-логистический сектор обеспечивает перемещение туриста от точки прибытия (например, аэропорта или вокзала) до места проживания и обратно. Это может быть групповой автобус, такси, шаттл или прокат автомобиля.

Услуги питания — это важный элемент туристского пакета, поскольку еда и напитки необходимы для поддержания сил и хорошего настроения. Возможны разные варианты: полный пансион (завтрак, обед и ужин), полупансион (завтрак и ужин), только завтрак или система «все включено», где доступны блюда и напитки круглосуточно.

Услуги анимационного сервиса направлены на развлечение и досуг туристов. Это могут быть развлекательные шоу, спортивные мероприятия, детские программы, вечеринки и дискотеки, а также экскурсии и прогулки.

Эти компоненты вместе формируют целостный туристский продукт, который удовлетворяет потребности путешественников и делает их отдых комфортным и приятным.

Однако неотъемлемой частью сферы туризма является высокий уровень сервиса, ведь именно от него во многом зависит общее впечатление путешественника от поездки. Сервис

начинается с момента первого контакта с клиентом и продолжается на протяжении всего путешествия. Персонал, работающий в туристской индустрии, будь то сотрудники отеля, гиды, водители или аниматоры, играет ключевую роль в обеспечении качественного обслуживания.

Тем не менее, как упоминалось ранее, важным аспектом является, в первую очередь, умение общаться с клиентами. Еще в эпоху Средневековья знаменитый Авиценна подчеркивал важность слова как одного из трех важнейших лечебных средств, наряду с лекарственными растениями и хирургическим вмешательством [2]. Он утверждал, что правильное использование слова способно оказать значительное влияние на состояние пациента, помогая ему справиться с болезнью. Особое внимание Авиценна уделял психологическому состоянию больного, считая необходимым успокаивать пациента, устранять страх и поднимать настроение. Он был убежден, что негативные эмоции являются источником многих недугов, и что психологические факторы играют значительную роль в возникновении болезней. Более того, Авиценна стал первооткрывателем в исследованиях возрастной психологии, что свидетельствует о его глубоком понимании взаимосвязи между возрастом и психическим состоянием человека.

Говоря о психологии делового общения, важно подчеркнуть, что это одна из прикладных отраслей общей психологии. Психология как наука, изучает психические процессы, поведение и внутренние состояния человека. Она стремится понять, как люди думают, чувствуют и действуют в различных ситуациях. Психология возникла как отдельная дисциплина в конце XIX века, хотя её корни уходят глубоко в философию и медицину. Вильгельм Вундт, немецкий физиолог и философ, считается основателем современной научной психологии. В 1879 году он открыл первую лабораторию экспериментальной психологии в Лейпциге, Германия.

Развитие психологии происходило параллельно с развитием других наук, таких как биология, физика и медицина. Первоначально она была сосредоточена на изучении сознания и восприятия, но постепенно расширила свой фокус, включив в себя исследования бессознательного, мотивации, эмоций и социального поведения. Одним из важнейших направлений стало изучение личности и индивидуальных различий, что привело к разработке множества теорий и методов оценки личностных черт.

В XX веке психология стала более прикладной наукой, найдя применение в образовании, медицине, промышленности и других областях. Бихевиоризм, основанный на идее изучения наблюдаемого поведения, стал доминирующим направлением в первой половине столетия. Позже, с появлением когнитивной психологии, внимание сместилось на изучение внутренних ментальных процессов, таких как память, мышление и принятие решений.

Сегодня психология охватывает широкий спектр поддисциплин, каждая из которых исследует различные аспекты человеческого опыта. Социальная психология изучает, как люди взаимодействуют друг с другом и влияют на поведение друг друга. Клиническая психология занимается диагностикой и лечением психических расстройств. Организационная психология исследует поведение людей в рабочей среде и способы улучшения производительности и удовлетворенности трудом. Психология делового общения, как правило, применяется в профессиональной среде.

Процесс управления, деловая жизнь в организации, взаимодействие с партнерами и клиентами осуществляются в непрерывном деловом общении. Деловое общение – особый вид общения, обладающий специфическими формами и психологическими особенностями [3, с. 19].

Психология делового общения в туристско-экскурсионной деятельности играет важную роль в установлении успешных взаимоотношений с клиентами, партнерами и коллегами. Одним из ключевых аспектов является установление доверия, что достигается путем

проявления искреннего интереса к потребностям клиента, внимательного выслушивания и четкого ответа на возникающие вопросы. Эмпатия и понимание эмоций клиента также важны, поскольку туристы могут испытывать стресс или неуверенность в новой обстановке, и умение сотрудника проявить сочувствие и предложить помощь существенно улучшает взаимодействие. Эффективная коммуникация, включающая ясное выражение мыслей и активное слушание, необходима для достижения взаимопонимания и удовлетворения запросов клиентов.

Персонал должен быть вежливым, внимательным и готовым помочь в любой ситуации. Способность решить конфликтные ситуации и удовлетворить запросы клиентов — это показатель профессионализма и высокого уровня сервиса.

Обучение и повышение квалификации сотрудников также имеют большое значение. Качественная квалификация сотрудников — это основа высокого уровня сервиса. Работники должны обладать необходимыми навыками и знаниями, чтобы эффективно выполнять свои обязанности. Например, персонал отеля должен уметь оперативно решать любые вопросы гостей, обеспечивать чистоту и порядок в номерах, а также предлагать дополнительные услуги. Гиды должны быть хорошо осведомлены о местной истории, культуре и достопримечательностях, чтобы интересно и познавательно проводить экскурсии. Регулярные тренинги и курсы позволяют работникам обновлять свои знания и навыки, а также осваивать новые технологии и методы работы. Это помогает поддерживать высокий стандарт обслуживания и соответствовать ожиданиям клиентов.

### **Источники и литература**

- 1) Образовательный туризм в России: учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры / под ред. С. Ю. Житенёва. - М.: Издательство Юрайт, 2018. - 198 с.
- 2) Ибн-Сина. Канон врачебной науки. - Душанбе: Дониш, 2005. - 960 с.
- 3) Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для вузов / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 196 с.