



Социологические науки

УДК379.85

И.Н. Геращенко

В.О. Цыганова

Геращенко Ирина Николаевна, кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и физической культуры Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), ingerashenko@yandex.ru

Цыганова Виктория Олеговна, студентка 4 курса Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), tsiganova_vo@mail.ru

ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ И ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРОДСКИХ VIP-ЭКСКУРСИЙ (НА ПРИМЕРЕ Г. КРАСНОДАРА)

В статье рассматриваются технологии разработки и продвижения уникальной авторской экскурсии для молодежи в г. Краснодаре. В ходе исследования были уточнены понятия «экскурсия» и «VIP-туризм», представлена концепция разработанного турпродукта и способы его продвижения на рынке туристских услуг России.

Ключевые слова: экскурсия, разработка, продвижение, vip-турпродукт, объекты показа.

I.N. Gerashchenko

V.O. Tsyganova

Gerashchenko Irina Nikolaevna, candidate of geographical sciences, associate professor of the department of tourism and physical culture of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), ingerashenko@yandex.ru

Tsyganova Victoria Olegovna, 4th year student of the Krasnodar State Institute of Culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), tsiganova_vo@mail.ru

TECHNOLOGIES FOR THE DEVELOPMENT AND PROMOTION OF URBAN EXCURSIONS (ON THE EXAMPLE OF KRASNODAR)

The article discusses technologies for the development and promotion of a unique author's excursion for young people in Krasnodar. In the course of the research, the concepts of «excursion» and «VIP-tourism» were clarified, the concept of the developed tourist product and the ways of its promotion on the market of tourist services in Russia were presented.

Key words: excursion, development, promotion, VIP-tourist product, objects of display.

В настоящее время экскурсия является важным элементом обслуживания в сфере туризма и путешествий. Известно, что формирование навыков в области теории и практики экскурсий является очень серьезной и актуальной задачей подготовки специалистов в этой индустрии [6, с. 1].

Слово «экскурсия» происходит от латинского «экскурсио». В русском языке это слово появилось в 19 веке [4]. Термин «экскурсия» был наделен различным содержанием в разное время. Разница в формулировках отражала разницу во взглядах на экскурсию. Однако с течением времени менялись не только взгляды на экскурсию, – менялась и ее сущность. В процессе развития экскурсионного дела менялось содержание экскурсии, ее методология постепенно модернизировалась. Экскурсия, прошедшая сложный путь развития, в наши дни является важным звеном туристской деятельности,

конечным продуктом для удовлетворения потребностей туристов, который играет важную познавательную, образовательную и досуговую роль [6, с. 2].

Наиболее точное определение термина «экскурсия» было дано Б.В. Емельяновым: «Экскурсия – это целенаправленный визуальный процесс познания окружающего нас мира, процесс, построенный на заранее отобранных объектах в естественных условиях или расположенных в промышленных цехах, помещениях, лабораториях исследовательского института, музейных залах, выставки, художественной мастерской и др. Сенсорные объекты отображаются под руководством квалифицированного экскурсовода и являются предметом задачи выявления четко определенной темы» [4].

Изучим и уточним понятие вип-туризма. Вип-туризм, как правило, характеризуется прежде всего индивидуальным подходом к пожеланиям каждого туриста и максимальным уровнем комфорта. Для VIP-поездок предпочтительнее использовать автомобильный транспорт. Благодаря тому, что современные транспортные средства удобны и маневренны, посещение отдаленных объектов туристско-экскурсионного показа будет комфортным и быстрым [1]. Вип-туризм – это особый и персональный сервис.

Анализ туристических ресурсов Краснодара и края позволяет сделать вывод, что при правильной стратегии развития экскурсионной сферы наш регион может ассоциироваться не только с пляжными курортами на Черном и Азовском побережьях, но и различного рода экскурсионными турами, что поможет привлечь больше туристов и, соответственно, получить бóльшую прибыль [3].

Экскурсионные продукты разрабатываются туристскими агентствами, специальными бюро и могут охватывать широкий круг тем, но основными направлениями являются стационарные туры для туристов с местонахождением в одном городе и туры, которые включают в себя посещение нескольких городов в соответствии с заранее установленным графиком. Участие в таких экскурсионных мероприятиях как посещение

выставок, исторических, культурных, природных, этнографических и других достопримечательностей, позволяет удовлетворить потребность человека в познании окружающей действительности [5].

Каждый экскурсионный продукт имеет свою специфику (единство показа и рассказа), принципы (научность, доходчивость и др.), признаки и особенности. Разработка и продвижение экскурсии «Lovestory» по г. Краснодару осуществлялись с учетом современных технологий, применяемых в экскурсоведении.

Экскурсия «Lovestory» – это уникальное туристское предложение для жителей и гостей города Краснодара. Основной замысел экскурсии состоит в специфике и тематике экскурсии и целевой аудитории (вечерняя романтическая экскурсия для влюбленных пар). Программа маршрута характеризуется преобладанием экскурсионного обслуживания и занятий тематико-познавательной направленности.

Основной целью данной экскурсии является показ города Краснодара с другой, размеренной и романтической стороны, посредством внедрения эксклюзивного продукта с vip-обслуживанием.

К задачам экскурсии следует отнести:

- популяризация тематических экскурсий;
- популяризация экскурсий VIP-направления;
- внедрение инновационного продукта для влюбленных пар, ранее не предлагаемого турагентствами и экскурсионными бюро г. Краснодара.

Объектами экскурсионного показа на экскурсионном маршруте являются [7]:

1. Парк футбольного клуба «Краснодар». Современный, стильный Парк Галицкого был построен в 2017 году по уникальному и современному проекту немецкой архитектурной компании. Экскурсантам будет представлен уникальный вид парка с его необычными ландшафтом и растительностью в вечернем освещении.

2. Памятник искусства и кинотеатр «Аврора». Монумент, ставший символом веры в светлое будущее страны, был открыт в 1967 году. Он замыкает улицу Красную, являясь ее лучшим украшением.

3. Скульптурная композиция «Студенты». С 2012 года скульптура Шурика и Лиды стоит на Александровском бульваре. Киношные студенты крепятся на декоративной крышке канализационного люка – это своего рода символ успешной учебы для местных студентов.

4. Александровская триумфальная арка (Царские ворота). Александровская триумфальная арка в Краснодаре была возведена в честь визита императора Александра III. Строительная площадка была выбрана на участке дороги, который вел от вокзала к центру города. Открытие Царских ворот состоялась в 1888 году. Арка просуществовала тридцать лет, после чего была разрушена и перестроена, но уже на новом месте.

5. Памятник Святой Великомученице Екатерине. Скульптура небесной покровительницы города возвышается на постаменте в виде колокола с большими прорезями. По словам архитекторов, прорези выполнены специально, чтобы любой мог пройти под скульптуру и оказаться непосредственно под покровом Екатерины. Колокол-постамент украшен фигурами ангелов, которые подчеркивают утонченность образа святой.

6. «Гуляющие собачки». Создание арт-объекта вдохновлено стихотворением Владимира Маяковского. Великий поэт, посетивший город в 1926 году, был поражен количеством собак в городе и их вечерним лаем, что назвал Краснодар «собачкиной столицей».

7. Колесо обозрения в парке им. Горького. Это отличная смотровая точка на высоте 52 метра, откуда открывается панорамный вид на столицу Кубани. Оно замечательно подходит для романтических свиданий, летних прогулок и созерцания красоты парка.

8. Мост Поцелуев. Мост привлекает не только влюбленных пар, но и ценителей прекрасного пейзажа: с него открывается живописный вид на реку

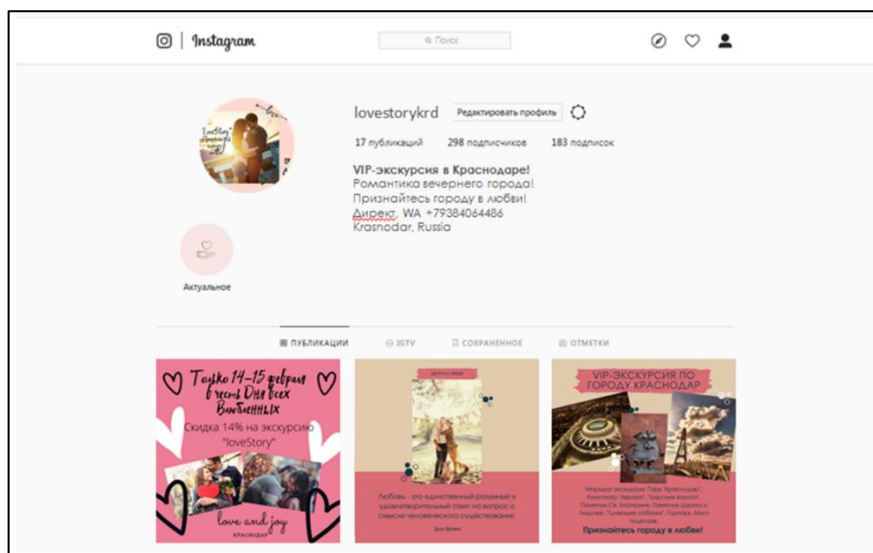


Рисунок 2. Разработка модели страницы экскурсии «LoveStory» в социальной сети Instagram



Рисунок 3. Разработка таргетированной рекламы в Instagram турпродукта «LoveStory»

2. Email-маркетинг – это способ общения с клиентами или подписчиками посредством почтовых рассылок. В рекламных письмах важно рассказать о преимуществах продукта, новинках, скидках, пользе, не забывая добавить призыв к действию и ответить на возражения.

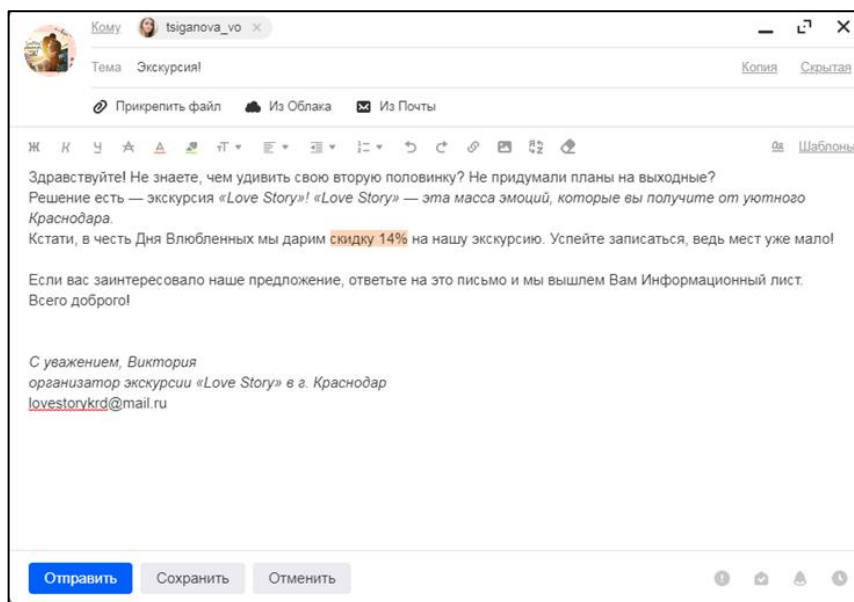


Рисунок 4. Разработка письма для рекламной рассылки экскурсии «LoveStory»

3. SEO-продвижение или контекстная реклама для пользователей, собирающих информацию через поисковики. Рекламные объявления, которые будут выдаваться на тему его запросов – это и есть контекстная реклама.



Рисунок 5. Разработка контекстной рекламы в сети Интернет для экскурсии «LoveStory»

4. Медийная реклама. Это рекламные баннеры в интернет-СМИ, аналоговые рекламные объявления в прессе. Она запоминается целевой аудиторией, создают имидж компании и могут дать эффект спустя время.



Рисунок 6. Медийная реклама для экскурсии «LoveStory»

5. Контекстный виджет – это инструмент, который автоматически отображает туры и экскурсии в рассматриваемых городах на странице туристического ресурса.

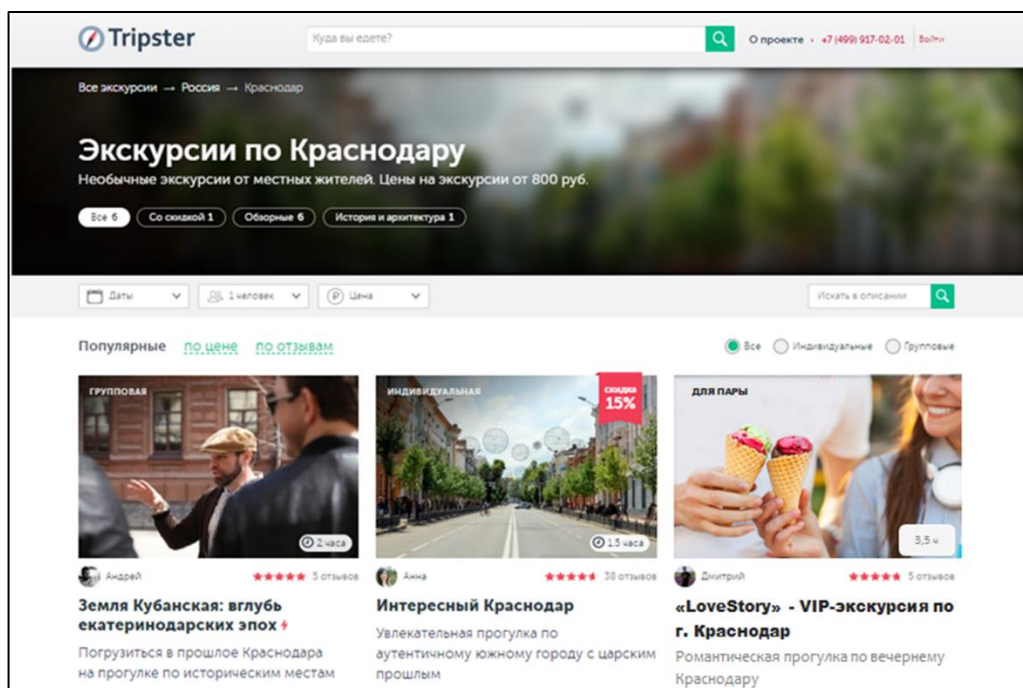


Рисунок 7. Разработка контекстного виджета на специализированном сайте для экскурсии «LoveStory»

VIP-экскурсия обладает рядом преимуществ:

- Безопасность. Экскурсионный маршрут полностью безопасен, так что турист может не беспокоиться о качестве обслуживания в пути. Водители

авто – профессиональные автомобилисты с многолетним стажем, с каждым разом только подтверждают свою внимательность на дорогах.

– Оригинальность маршрута. «LoveStory» – это совершенно новый продукт на рынке экскурсионных услуг г. Краснодара.

– Комфортность. Вип-экскурсия осуществляется на автомобиле Toyota Camry – это эталон комфорта, безопасности и надежности среди седанов бизнес-класса.

– Престижность продукта. «LoveStory» – это элитная экскурсия для настоящих ценителей личного комфорта, а также эксклюзивности продукта.

– Интересность экскурсии. В ходе экскурсии раскрываются занимательные факты о городе и объектах показа, что обеспечит расширение кругозора экскурсантов.

– Эксклюзивность. Проведя анализ конкурентной среды разрабатываемого турпродукта, приходим к выводу: на данный момент турагентства и экскурсионные бюро г. Краснодара подобных экскурсий не предлагают.

Представим примерный расчет затрат на реализацию экскурсии.

Таблица 1. Примерный расчет стоимости экскурсии

Услуга	Стоимость
Услуги экскурсовода	1500 рублей
Услуги проката автомобиля	1300 рублей (4 часа)
Билеты на Колесо Обозрения	600 рублей (на двоих)
Небесный фонарик	100 рублей
Итого:	3500 рублей

Таким образом, было разработано уникальное экскурсионное предложение тематического характера, имеющее своей целью познавательный рассказ о главных достопримечательностях Краснодара, а также развитие у экскурсантов эстетического восприятия памятников

культуры, архитектуры и градостроительства. Предлагаемый продукт нацелен преимущественно на влюбленные пары молодежного и среднего возрастов. В процессе 3-х часовой экскурсии экскурсанты смогут по-особенному ощутить атмосферу и достопримечательности любимого города в спокойной вечерней обстановке, узнать много нового и просто приятно провести вечер выходного дня. Данная экскурсия подходит как для местных жителей, так и для гостей г. Краснодара.

Сегодня вип-туризм набирает все бóльшую популярность, поскольку характеризуется как наиболее устойчивый вид туризма, который в меньшей степени зависит от изменчивости экономических и политических факторов в регионах. Это дает основания рассматривать данный вид туризма как перспективное направление среди туристов на ближайшие годы.

Список использованной литературы:

1. *Геращенко И.Н., Марчук В.Н.* Технологии развития VIP-туризма в многофункциональных городах России (на примере Черноморского побережья Краснодарского края) // *Культура и время перемен.* – 2017. – № 2(17); URL: timekguki.esrae.ru/33-240 (дата обращения: 09.06.2020)
2. *Гуров С.А., Алексеенко М.А.* Инновации в экскурсионном бизнесе // *Бизнес и дизайн ревью.* – 2019. – № 2 (14). – С. 1–18.
3. *Егорова Е.Н., Исаева К.В.* Особенности маркетинга в экскурсионном туризме Краснодарского края // *Евразийское Научное Объединение.* – 2017. – Т. 2. № 2(24). – С. 109–111.
4. *Емельянов Б.В.* Экскурсоведение: учебник по туристским специальностям. – М.: Советский спорт, 2008. – 213 с.
5. *Паю Е.А., Горбачева Д.А.* Сущность и особенности экскурсионного туризма в Краснодарском крае // *Курорты. Сервис. Туризм.* – 2017. – № 1–2 (34–35). – С. 110–114.
6. *Потаева Г.Р., Федорцова Т.А.* Экскурсоведение: учебно-методическое пособие. – Мн.: БГУ, 2002. – 159 с.

7. Краснодар: Достопримечательности города // CitySee.ru –
Путеводитель по интересным местам города [Электронный ресурс]. Режим
доступа: <https://citysee.ru/> (дата обращения: 09.06.2020).