



*Социологические науки*

**УДК 371.233**

**И.Н. Геращенко**

**А.А. Лоза**

**Геращенко Ирина Николаевна**, кандидат географических наук, доцент кафедры туризма и физической культуры факультета социально-культурной деятельности и туризма, Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: [ingerashenko@yandex.ru](mailto:ingerashenko@yandex.ru)

**Лоза Анжела Александровна**, студентка 4 курса группы Тур/бак-17 факультета социально-культурной деятельности и туризма, Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: [anzhelaloza@mail.ru](mailto:anzhelaloza@mail.ru)

## **РАЗРАБОТКА И ПРОДВИЖЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ГОРОДСКОГО МАРШРУТА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА-КУОРТА СОЧИ)**

В статье рассмотрен основной процесс разработки и продвижения авторской экскурсии на примере турпродукта «Колыбель японского дыхания» по парку «Российско-японской дружбы» (г.-к. Сочи). Отражены результаты анализа этапов разработки экскурсионного продукта. Представлены: разработанная концепция, карта экскурсии, план продвижения экскурсионного продукта на отечественном рынке туристско-экскурсионных услуг и авторские рекламные материалы. Доказана экономическая эффективность реализации разработанного туристского продукта.

**Ключевые слова:** экскурсия, разработка, туристский продукт, город-курорт Сочи, продвижение, эффективность.

**I.N. Gerashchenko**

**A.A. Loza**

**Gerashchenko Irina Nikolaevna**, candidate of geographical sciences, associate professor of department of tourism and physical culture faculty of social and cultural activities and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy, Krasnodar), e-mail: ingerashenko@yandex.ru

**Loza Angela Alexandrovna**, 4 course bachelor of group Tur/bak-17 of faculty of social and cultural activities and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy, Krasnodar), e-mail: anzhelaloza@mail.ru

## **DEVELOPMENT AND PROMOTION OF AN ECOLOGICAL URBAN TOUR (ON THE EXAMPLE OF THE RESORT CITY OF SOCHI)**

The article considers the main process of developing and promoting the author's excursion on the example of the tourist product «Cradle of Japanese Breath» in the park «Russian-Japanese Friendship» (Sochi). The results of the analysis of the stages of development of the excursion product are reflected. The developed concept, the map of the excursion, the plan of promotion of the excursion product in the domestic market of tourist and excursion services and the author's advertising materials are presented. The economic efficiency of the implementation of the developed tourist product is proved.

**Keywords:** excursion, development, tourist product, Sochi, promotion, efficiency.

В современном мире понятие «экскурсия» неразрывно связано с туризмом и является практически основным средством знакомства с достопримечательностями во всем мире. Сегодня почти невозможно

представить туристское путешествие без экскурсии, однако первые отечественные опыты экскурсии не были связаны с туризмом.

Первые упоминания об экскурсиях как об эффективном элементе образовательной системы появились еще в последней четверти XVIII века. Именно тогда российские ученые и педагоги обосновали необходимость проведения экскурсий для школьников в познавательных и образовательных целях. Следует отметить, что огромную роль в популяризации отечественного экскурсионного дела сыграли Российское общество туристов (1895 г.), Всесоюзное добровольное общество пролетарского туризма и экскурсий (1930 – 1936 гг.) и Центральный совет по туризму и экскурсиям ВЦСПС (1969 – 1988 гг.) [1, с. 5–6]. В настоящее время в нашей стране прослеживается положительная тенденция роста и развития экскурсионного обслуживания, как в количественном, так и в качественном показателях.

Авторами статьи разработана экскурсия «Колыбель японского дыхания» по саду Российско-японской дружбы города-курорта. Разработка и продвижение базируются на всех основных принципах и правилах проектирования экскурсионного продукта. На начальном этапе разработки были определены идея, концепция, цель, задачи, проанализированы необходимые литературные источники, составлен экскурсионный маршрут в виде карты-схемы, план по продвижению экскурсии в сети Интернет, проведено экономическое обоснование спроектированного турпродукта.

Цель экскурсии – приобщение современных туристов различных возрастных категорий к восточной культуре, их обычаям и традициям.

Задачи экскурсии:

- 1) Знакомство экскурсантов с историей Японии;
- 2) Знакомство экскурсантов с японской мифологией;
- 3) Расширение кругозора экскурсантов о ботанической составляющей сада (знакомство с японскими растениями);
- 4) Знакомство экскурсантов с организацией традиционного японского чаепития;

## 5) Повышение ликвидности тематических экскурсий.

Источниками экскурсионного материала явились открытые информационные ресурсы в сети Интернет (преимущественно специализированные туристские порталы), а также информация из литературных источников (Б.Х. Чемберлен «Традиционная Япония», А.Н. Мещеряков «Книга японских символов. Книга японских обыкновений»), где описаны японские растения, мифология, культура и прочее, т.е. все то, о чем следует рассказать в парке «Российско-японской дружбы».

Краткая характеристика сада «Российско-японской дружбы». Сад основан в 1983–1986 гг. На территории парка высажены популярные растения Востока, которые привезены из Японии. В парке также были установлены присущие японскому стилю архитектурные формы и возведена статуя «Дракон», скульптором которой был В. Звонов [2].

Объектами экскурсионного показа на территории сада являются:

1. Сад камней (еще одно название «сэкитай»). Сад представляет собой выровненную площадку, усыпанную мелкими камнями или песком поверх которой установлены большие камни различных естественных форм. Вокруг камней высечены бороздки, образующие круги. Такой сад в свете восточной философии выполняет главную роль – успокоение души и разума.

2. Японская пагода. В саду Российско-японской дружбы пагода – центр здоровья и долголетия «Кайлас». Внутри нее практикуется традиционное японское чаепитие по всем канонам азиатской культуры, которое также входит в экскурсионную программу.

3. Японские фонари в виде пагод. Небольшое архитектурное сооружение отражает простоту идей Дзен. Фонари расположены по всей территории сада.

4. Цветы и растения. Растения были привезены из Японии. В саду высажены: сакура, японские кипарисы, кустарники экзохорды, к которым были присоединены местные юкки и агавы.

5. Скульптура «Дракон» расположена на гранитном постаменте. Скульптор – Вячеслав Звонов [2]. Дракон в Японии олицетворяет различные божественные силы. Его образ сравнивают с водой, которая также своей мощной силой и непредсказуемостью олицетворяет могучую энергию, как у мифического существа [3].

Идея и особенность экскурсии – экскурсовод, одетый в национальный японский костюм, проводит экскурсию по саду и организует мастер-класс по традиционному японскому чаепитию в гостинице «Кайлас», внешний вид которой напоминает классическую форму японского здания – пагоду. Экскурсантам предлагается надеть японские кимоно, чтобы полностью погрузиться в атмосферу «страны восходящего солнца». В процессе экскурсии запланировано проведение фотосессии в саду с японской атрибутикой (японские зонтики, макияж Гейш), во время проведения мастер-классов и традиционного чаепития.

Во время разработки турпродукта для экскурсантов была составлена рекламная карта-схема экскурсионного маршрута «Колыбель японского дыхания» в городе-курорте Сочи (рис. 1).



Рисунок 1. Карта экскурсии «Колыбель японского дыхания»

Для успешной реализации авторского экскурсионного продукта через сеть Интернет необходимо составить четкий план действия электронной торговли на уровне фирмы.

1 этап. Предоставление полной и достоверной информации для размещения экскурсии на сайте. Необходимо указать дату ее проведения, место, перечень основных и дополнительных услуг (проведение чайной церемонии, мастер-классов).

2 этап. Размещение информации об экскурсии на сайте (описание, карта маршрута, продолжительность проведения, стоимость), подключение онлайн-записи и онлайн-оплаты через различные источники (PayPal, Visa, MasterCard, оплата через электронные кошельки). Удобство электронной торговли заключается в быстром оформлении и оплаты услуги/товара в режиме онлайн. В процессе рекламной кампании указывается прямая ссылка на сайт с материалами и планом проведения экскурсии.

3 этап. Для обратной связи нужно представить клиентам диалоговое окно, в котором им можно будет описывать свои ощущения и эмоции после экскурсий, задавать вопросы и т.п.

SMM продвижение экскурсии «Колыбель японского дыхания»:

1. Рассылка рекламного объявления о проведении экскурсии. Письмо должно быть оптимизировано под все мобильные устройства для комфортного просмотра. Для рассылки разработано авторское приглашение на экскурсию, где дана вся необходимая информация (рис. 2).



Рисунок 2. Приглашение на авторскую экскурсию

2. Перечень тематических постов об экскурсии в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram, Facebook, Telegram).

3. Таргетированная реклама в социальных сетях. Основные позиции: регион – Краснодарский край, возраст – от 18 до 50 лет.

4. SEO-продвижение – создание ссылки на экскурсию на сайте и ее размещение на первой странице поисковых систем Google и Yandex. Также подбор специальных тегов, через которые потенциальный клиент сможет найти сайт и приобрести экскурсионный продукт.

Преимущества экскурсии «Колыбель японского дыхания»:

1. Уникальность и новизна экскурсии. Подобной экскурсии еще нет на рынке туристско-экскурсионных услуг в г.-к. Сочи.

2. Интересная японская тематика. Страна восходящего солнца всегда манила своими легендами, тайнами, рассказами, и для того, чтобы окунуться в японскую атмосферу, не обязательно лететь в Японию, можно просто посетить экскурсию в сад «Русско-Японской дружбы».

3. Включение в экскурсию интерактивных мероприятий в виде мастер-классов. В конце экскурсии в саду запланированы мастер-классы по завариванию чая по японским стандартам проведение традиционного чаепития, которое является увлекательным и интересным занятием.

Экономический расчет экскурсии. Рассчитаны примерные затраты на организацию и проведение экскурсии в саду Российско-японской дружбы в городе-курорте Сочи (табл. 1).

Таблица 1. Экономическое обоснование экскурсии

Наименование услуги	Стоимость (в руб.) на 1 чел.	Стоимость (группа 8 человек) в руб.
1. Ж/д билет «Ласточка» Краснодар – Сочи – Краснодар (сидячие места)	1438	11504
2. Питание (обед) в кафе «Мамино» (Курортный просп., 50 В, г.Сочи)	350	2800
3. Фотосессия в саду Российско-японской дружбы	150	1200
4. Чайная презентация в Kailas Park Hotel	120	1200
5. Чайная церемония в Kailas Park Hotel	150	750
6. Мастер-класс «Традиции Азии» в Kailas Park Hotel	350	2 800
7. Трансфер от ж/д вокзала к парку «Российско-Японской дружбы» (ж/д вокзал – парк – ж/д вокзал) микроавтобус Hyundai (15 посадочных мест)	150	1200

1. Прямые затраты:  $11504 + 2800 + 1200 + 1200 + 750 + 2800 + 1200 = 21454$  руб.

2. Косвенные затраты (20% от прямых): 4291 руб.

3. Себестоимость экскурсии:  $21454 + 4291 = 25745$  руб. (на группу из 8 человек).

4. Стоимость экскурсии с прибылью (20%):  $25745 + 20\% = 25745 + 5149 = 30894$  руб.

5. Полная стоимость (цена-брутто): 30894 руб.



6. Стоимость экскурсии на 1 человека: 3862 руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что разработка и продвижение экскурсии «Колыбель японского дыхания» в г.-к. Сочи внесет вклад в развитие отечественного экскурсионного обслуживания. Тематическая экскурсия позволит экскурсантам познакомиться с историей Японии, ее мифологией, узнать достаточный объем интересных фактов о восточной стране. Целевая аудитория экскурсии «Колыбель японского дыхания» в городе-курорте Сочи – дети от 8 до 14 лет, молодежь, взрослые люди и пожилые люди до 65 лет, проживающие на территории Краснодарского края.

### **Список используемой литературы:**

1. *Долженко Г.П.* Экскурсионное дело в высших учебных заведениях: история и методика обучения / Г.П. Долженко; Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2011. –134 с.

2. Сад Российско-японской дружбы // RuTravell. URL: <https://rutraveller.ru/place/51926?tab=dc> (дата обращения: 11.03.2021).

3. Японские драконы // Ярмарка мастеров. URL: <https://www.livemaster.ru/topic/1776061-японские-драконы> (дата обращения: 23.03.2021).