

К.А. Козлов

Научный руководитель: к.к.н., доцент Н.В. Романова

*Муромский институт (филиал) Владимирского государственного университета*

*Владимирская обл., г. Муром, ул. Орловская, д.23*

*E-mail: murom.kozlov@yandex.ru*

### **Характеристика и специфика разработки экскурсионно-познавательного туризма**

Туризм - временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [1].

Сейчас туризм является целой отраслью, мировой индустрией.

На данный момент экскурсионно-познавательные туры являются на рынке туризма самыми востребованными. Это объясняется тем, что рынок экскурсионно- познавательного туризма очень велик. На свой вкус потребители могут выбрать разнообразные походы, поездки, путешествия. Экскурсионно-познавательный туризм универсален: он подходит для любого возраста, а их разнообразие может удовлетворить любые интересы. Важным является также то, что в том виде туризма успешно сочетается и приобретение новых знаний, и удовлетворяется потребности в восстановлении сил, то есть познание сочетается с отдыхом.

Такой вид туризма характеризуется достаточной насыщенностью программы. Он предназначен для тех, кто не приемлет пассивный пляжный отдых, а предпочитает активное времяпрепровождение. Такие туры чаще всего состоят из посещения нескольких достопримечательностей, нескольких городов или даже нескольких стран. Также среди его особенностей выделяется достаточная продолжительность путешествия, ведь чтобы ознакомиться с местными достопримечательностями нужен не один день.

Экскурсионно-познавательные туры можно разделить на два вида: 1) стационарные туры (то есть туристы постоянно пребывают в туристском центре); 2) маршрутные туры (то есть туристы посещают несколько туристских центров, это выстроенное в виде маршрута путешествие). В большинстве случаев маршрутные туры являются автобусными.

При разработке экскурсионно-познавательных туров разрабатывается особый график визита намеченных пунктов. На город или туристский центр может быть отведено от 1 до 3 дней в зависимости от размера туристского центра и количества достопримечательностей. Самое большое число дней выдается только на самые большие туристские центры - столичные города, такие, как Париж, Рим, Лондон, Москва, Берлин. Города меньшего размера и с меньшими объемом достопримечательностей соответственно требует меньшего количества дне.

Создание экскурсионно-познавательного тура должно основываться на предварительной оценке рыночного потенциала. На первом этапе создания определяется ожидаемый спрос, точнее: границы рынка (город, район, область, регион); целевая аудитория (молодежь, люди со средними или высокими доходами, люди третьего возраста); цели путешествия; возможные объемы и сезоны поездок. Для сбора такой информации необходимо использовать статистические отчеты, оценки экспертов, опыт других фирм на данном направлении, опросы населения. Для этих целей возможна организация пробных туров.

Далее фирма на основе изучения рыночного спроса и других данных окончательно определяется с тематикой тура, посещаемыми туристскими объектам, составляет окончательный маршрут (перечень городов, перечень объектов для посещения), выбирает общее количество групповых и индивидуальных туров, с которыми намерена выйти на рынок. Необходимо определить сезон и продолжительность поездки. Для экскурсионно-познавательных поездок в страны с умеренным климатом подходят летние месяцы (май-сентябрь), а в страны с жарким климатом - зимние (ноябрь-февраль). Необходимо определить содержание пакета услуг и его классность. Источником для идей нового турпродукта

выступают нужды потребителей (выявление с помощью опросов), поступающие жалобы и предложения, турпродукты конкурентов, статистика поездок туристов за рубеж (для выявления наиболее популярных и перспективных направлений).

Далее происходит отбор идей. Отбор идей - это обоснование вида разрабатываемого продукта.

После того, как определена основная идея тура, необходимо разработать концепцию тура, а также его необходимо проверить. Следует различать идею продукта и его замысел. Идея - это общее представление, а замысел - это уже проработанный вариант идеи. Потребительские свойства нового турпродукта выражаются в полезности и функциональности входящих в него товаров и услуг, их надежностью и способностью удовлетворения потребностей покупателя.

После этих этапов, новый турпродукт подлежит экономической оценке и целесообразности внедрения его на рынок. Тое есть разрабатывается бизнес-план по внедрению продукта на рынок. Необходимо оценить реальные затраты на разработку и реализацию, определить общую стоимость, норму прибыли, верхние и нижние границы прибыли, разработать стратегию и тактику ценообразования.

Экскурсионно-познавательный туризм в силу своей универсальности охватывает многие и многие направления. Его можно назвать неотъемлемой частью деловых, историко-культурных, оздоровительно-лечебных, паломнических, этнографических и других видов поездок. Кроме этого, экскурсионно-познавательный туризм является повсеместно доступным. Самыми популярными направлениями экскурсионно-познавательных поездок за рубеж являются экскурсионный туры Франции, Италии, Германии, Испании, Великобритании, Австрии, Польши. Особенно популярны автобусные туры по Европе. Но и Россия не отстает от этих стран. Российская Федерация обладает колоссальными ресурсами для организации и экскурсионно-познавательных туров. Большинство городов предлагают интересные экскурсионные поездки разной тематики. Наиболее популярными местами для экскурсионно-познавательных туров являются Московская область и Москва, Ярославль, Казань, Санкт-Петербург, Нижегородская область и Нижний Новгород, Сибирь, Дальний Восток, Владимирская область, и, конечно, города "Золотого кольца России".

### Литература

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 29.06.2015, с изм. от 02.03.2016) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».