Ковешникова О.А., Мантатова А.В., Старкова И.И.

Экскурсия в современном мире

ФГБОУ ВО Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
(Россия, Улан-Удэ)

doi: 10.18411/lj-07-2021-183

Аннотация

Статья посвящена изучению роли и перспектив развития экскурсии в современном мире. На сегодняшний день экскурсия, как одна из форм туристского обслуживания, является одной из самых популярных. Во-первых, экскурсия в целом, и экскурсионное дело в частности, с каждым годом становятся все более доступными. Во-вторых, в связи с переходом в «интернет», цифровизацией и автоматизацией проведения электронных экскурсий, люди стали больше узнавать об окружающем их мире, посещать музеи, театры, города и другие районы показа. В-третьих, мировая пандемия COVID-19 внесла свои коррективы на развитие экскурсионного дела, благодаря которому вся мировая туристская индустрия претерпела ряд изменений.

Ключевые слова: экскурсия, потенциал, перспектива, развитие.

Abstract

The article is devoted to the study of the role and prospects for the development of excursions in the modern world. Today the excursion, as one of the forms of tourist service, is one of the most popular. First, the excursion in general, and the excursion business in particular, are becoming more and more accessible every year. Secondly, in connection with the transition to the Internet, digitalization and automation of electronic excursions, people began to learn more about the world around them, visit museums, theaters, cities and other display areas. Thirdly, a powerful "blow" to the excursion business was dealt by the global COVID-19 pandemic, because of which the entire world tourism industry "stood up". To assess the excursion potential, the territory of the Republic of Buryatia was chosen.

Keywords: excursion, potential, perspective, development.

Роль туризма в современном мире велика. Туризм затрагивает все сферы деятельности современного общества, в том числе культуру, экономику, социальную жизнь. Скорость туристского развития, масштабы туризма во многом зависят от признания мировым сообществом всей ценности культурного и природного потенциала страны, её наследия. В настоящее время именно культура и наследие определяют отношение мирового сообщества к стране, её привлекательность с позиций не только социальных отношений и туризма, но и развития бизнеса.

Под понятием *экскурсия* понимается коллективное посещение достопримечательных мест, музеев и прочих мест с учебными или культурно-просветительскими целями. Показ объектов происходит под руководством квалифицированного специалиста – экскурсовода, который передаёт аудитории видение объекта, оценку памятного места, понимание исторического события, связанного с этим объектом. Экскурсии могут быть как самостоятельной деятельностью, так и частью комплекса туристских услуг.

Экскурсия является в данном случае очень важным спектром для производства культурных связей и сотрудничества между странами всего мира. Развитие этих факторов является основным средством социокультурного взаимодействия. Почти во всех странах мира этот вид туризма включен в политику культурных отношений.

Мировой рынок экскурсионного дела достаточно широк. Он в большей степени зависит от круга интересов субъекта, чем от возрастной принадлежности туристов. Интересовать человека может многое, поэтому при изучении рынка и разработке тура,

при рекламе, маркетинговых исследованиях, особое внимание нужно уделять освещению именно этой стороны туристского маршрута.

В экскурсионном туризме человек в настоящее время встречается с тем, о чем он только читал или что видел по телевидению. Эта встреча оказывается гораздо более запоминающейся и воздействующей на его воображение, чем прочитанные книги и увиденные фильмы. Новые впечатления позволяют человеку заново осмыслить свой жизненный путь, увидеть новые горизонты, получить новые стимулы для творческого развития. Но, не смотря на современное многообразие экскурсионных услуг, услуга будет считаться экскурсией, если будет соблюден ряд обязательных требований.

Общими признаками для всех экскурсий являются:

1. Протяженность по времени проведения от одного академического часа (45 мин) до одних суток.
2. Наличие экскурсантов (группы или индивидуалов).
3. Наличие экскурсовода, проводящего экскурсию.
4. Наглядность, зрительное восприятие, показ экскурсионных объектов на месте их расположения.
5. Передвижение участников экскурсии по заранее составленному маршруту.
6. Целенаправленность показа объектов, наличие определенной темы.
7. Активная деятельность участников (наблюдение, изучение, исследование объектов).

Отсутствие хотя бы одного из названных выше семи признаков лишает права называть проводимое мероприятие экскурсией. На сегодняшний день туристическая отрасль напрямую зависит от ситуаций на мировой арене. Будь то политика, экономика или здравоохранение, любые изменения могут негативно сказаться на развитии отрасли в целом. 2020 год стал подтверждением этого. В связи с новым заболеванием COVID-19, всеми странами мира были приняты определенные меры для предотвращения распространения болезни. Туризм как одна из сфер мировой экономики особенно пострадал от ограничительных мер, введенных в целях предотвращения распространения коронавирусной инфекции. Отчасти благодаря сложившейся ситуации, туристские предприятия смогли выйти на новый уровень. Так музеи, театры, галереи и другие подобные учреждения начали проводить онлайн-экскурсии, лекции и вебинары. А с послаблением мер, гиды-экскурсоводы также начали проводить онлайн-экскурсии, но уже по городам и популярным местам. Сегодня, практически любой желающий может посетить знаменитые музеи, галереи и прогуляться по улицам знаменитых городов не выходя из дома. Наблюдая за развитием данной тенденции, туристские предприятия начали активно продвигать свои продукты в интернете. Мир, в котором мы сегодня живём, становится всё более зависимым от информационных технологий. Они широко, интенсивно и эффективно используются человеком во всех сферах деятельности. Исключением не стала и экскурсионная деятельность: внедрение различных инновационных технологий и интегрирование их с уже ставшей привычной экскурсионной деятельностью носят необратимый характер.

Для того чтобы оставаться востребованными, предприятия туристической индустрии должны постоянно развиваться. Особенно сейчас, когда весь мир перестраивается и уходит в онлайн.

Инновации в экскурсионной деятельности способствуют успешному продвижению экскурсионных услуг на туристском рынке, они дают преимущество одной экскурсии над другой. Важная роль при этом отводится как подготовке экскурсоводов, так и качественной разработке самой экскурсии, освоению методики и техники её проведения.

Предприятия, создающие экскурсионный продукт, должны иметь свою оригинальную марку, учитывать потребительский спрос и дифференциацию

обслуживания. Рождение новых маршрутов ведёт к появлению новых экскурсионных объектов, разнообразию продукта и разным формам его подачи. Экскурсии прошли длительный путь эволюции - от обычных рассказов экскурсовода до современных необычайных театрализованных и 3D-экскурсий.

Разработка инновационных экскурсий - это четко организованный и хорошо систематизированный процесс. Разрабатываемые экскурсии с элементами инновации создаются с учетом природных, исторических и административных особенностей каждого региона, имеющегося спроса на турпродукт, уровня туристской инфраструктуры, состояния дорог, наличия необходимых специалистов, возможности инвестиций. С целью соблюдения в инновациях принципа системности проводится длительное маркетинговое исследование.

Любое нововведение, в том числе в экскурсионном туризме, готовится и внедряется с учетом имеющегося спроса потенциальных потребителей.

Разрабатываемая экскурсия в данной работе является перспективной для развития, так как уже существует множество онлайн-экскурсий по городам мира и все они пользуются популярностью. Инновационная деятельность в сфере туризма и экскурсоведения развивается в следующих направлениях:

1. разработка и внедрение нового туристского продукта, в первую очередь, экскурсий различных форм и тематики;
2. использование новых технологий в разработке городских и музейных экскурсий с электронным аудиогидом или экскурсий с элементами экстремального туризма;
3. привлечение новых туристских ресурсов, ранее не рассматривавшихся как туристский потенциал;
4. проведение маркетинговых исследований на новом социально-культурном уровне, например, по программе «приближение к клиенту», т.е. с учетом индивидуального спроса каждого потенциального туриста;
5. разработка и внедрение новых по форме комплексных экскурсий, например, квест-туров или экскурсий с анимацией.

Виртуальная и онлайн экскурсия – это разные понятия. Виртуальная экскурсия – это доступный ролик, он может быть платным или находится в свободном доступе. Он один раз записывается и многократно повторяется, и порой бывает устаревшей. Например, экспозиция музея или атрибуция предметов уже давно поменялись. В записи же мы слышим неверные данные и видим витрину со старой компоновкой артефактов.

Онлайн-экскурсия – это экскурсия в реальном времени. Она уникальна, как и любая другая экскурсия. В онлайн-экскурсиях – вы полноценный участник, где экскурсовод рассказывает специально для вас. В конце экскурсии вы можете задать вопросы, уточнить непонятное и попросить пояснения. Преимуществом онлайн-экскурсий также является то, что она проходит в режиме «здесь и сейчас». Например, если используется запись экскурсии, реальная обстановка может существенно отличаться от транслируемого материала. В таком случае, теряется ощущения реальности и вы не получаете ожидаемых эмоций от экскурсии.

Также онлайн-экскурсии бывают двух видов. Первая – когда экскурсовод проводит экскурсию из дома или студии. Гид ведет экскурсию, показывая ролики и фотографии.

Второй вид подразумевает онлайн-экскурсию в прямом эфире, где экскурсовод ходит по городу, показывает достопримечательности, архитектуру и другие объекты. Чаще всего он работает в паре с оператором. Этот вид имеет схожие черты с настоящей экскурсией, только без реального присутствия экскурсантов на месте. Экскурсант наблюдает за происходящим со своего монитора, отвечает на вопросы гида и задает вопросы.

Реальные экскурсии не могут быть полностью переведены в онлайн формат, но необходимо учитывать, что любые нововведения создают хорошую конкуренцию старому миру. Они позволяют изучать и познавать мир дальше, не завися от пандемии или иных обстоятельств.

Таким образом, в настоящее время экскурсии развиваются и не отстают от технологического развития общества. Они модернизируются и внедряют инновации в свою деятельность, так как существует достаточное количество инноваций, которые можно применять в экскурсионной деятельности. Являясь одной из основных услуг, входящих в туристский продукт, экскурсия выполняет познавательные и воспитательные функции, а экскурсионная деятельность играет огромную роль в сфере образования населения.

1. ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-53522-2009>, свободный
2. Дашкова Е. В. К вопросу об инновациях в экскурсионном обслуживании // Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации: материалы II Междунар. науч.-практ. конф. Н. Новгород, 2015.
3. Емельянов Б.В. Экскурсоведение. Учебник. - М.: Советский спорт, 2007.
4. Новиков В. С. Инновации в туризме. М.: ИЦ Академия, 2007. - 208 с.

Петрова С.И.

О дифференциации потребностей

*Академия маркетинга и социально-информационных технологий
(Россия, Краснодар)*

doi: 10.18411/lj-07-2021-184

Аннотация

Первичные потребности в силу своего предназначения определяют способность реагировать на объекты реальности, а не наоборот, вторичные же потребности, будь то «истинные» или «ложные», являются субъективным выражением потребности на уровне ее осознания. Таким образом, необходимость разделения потребностей на потребности первичные и вторичные, в первую очередь связано с попыткой отобразить иерархию потребностей для рассмотрения эволюции развития человека в процессе его социализации. Согласно другой позиции, разделения потребностей на потребности первичные и вторичные проводится с целью изучения механизма развития потребностей, начиная от первичных потребностей до реализации конечного результата деятельности через удовлетворение промежуточных потребностей.

Ключевые слова: потребности, первичные, вторичные, человек, удовлетворение.

Abstract

Primary needs, by virtue of their purpose, determine the ability to respond to objects of reality, and not vice versa, while secondary needs, whether "true" or "false", are a subjective expression of a need at the level of its awareness. Thus, the need to divide needs into primary and secondary needs is primarily associated with an attempt to display a hierarchy of needs for considering the evolution of human development in the process of its socialization. According to another position, the division of needs into primary and secondary needs is carried out in order to study the mechanism of development of needs, starting from primary needs to the realization of the final result of activity through the satisfaction of intermediate needs.

Keywords: needs, primary, secondary, person, satisfaction.