

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ ТУРИЗМА

О. А. Богдановская

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. А. Фукова

На первый взгляд может показаться, что организация туров, как одна из функций маркетинга в туризме, это однообразная работа, связанная с комплектацией общих мероприятий для всех видов туризма. Однако это далеко не так. Маркетинг в туризме – многогранная сфера деятельности. Для того чтобы учесть особенности каждого вида туризма, необходимо исследовать эту область и подобрать мероприятия максимально близкие именно к этому виду и подходящие именно этому сегменту рынка.

Для начала выделим основные виды туризма:

- экскурсионный туризм – путешествие в познавательных целях. Это одна из наиболее распространенных форм туризма;
- рекреационный туризм – путешествие для отдыха и лечения. Этот вид туризма является весьма распространенным во всем мире. В некоторых странах он выделяется в самостоятельную отрасль экономики и функционирует параллельно с другими видами туризма;
- деловой туризм – поездки, связанные с выполнением профессиональных обязанностей;

– этнический туризм – поездки для свидания с родственниками. Туристские агентства помогают с оформлением транспортных билетов, загранпаспортов, виз и т. д.;

– религиозный туризм – путешествие, имеющее целью выполнение каких-либо религиозных процедур, миссий;

– приключенческий (экстремальный) туризм – туризм, связанный с физическими нагрузками, а иногда с опасностью для жизни.

Все эти виды туризма тесно переплетаются между собой, и их зачастую трудно выделить в чистом виде. Однако каждый из этих видов имеет ряд определенных особенностей, которые мы сейчас разберем.

1. Экскурсионный туризм.

Сейчас этот вид туризма считается самым востребованным. Цель данного вида туризма: сочетание отдыха с приобретением новых знаний, ознакомлением с памятниками архитектуры, природы, достопримечательностями. Возможны кратковременные поездки (не больше одного дня) и экскурсионные туры (от нескольких дней до нескольких недель). Экскурсионный туризм чаще всего состоит из посещения нескольких городов одной страны или нескольких стран, включая в себя ознакомительные программы, авиаперелеты, железнодорожные и автобусные поездки. Наибольшую популярность завоевали туры по Западной Европе, что обусловлено свободным перемещением по странам Шенгенской зоны. Привлекательно то, что экскурсионные туры можно организовать в любое время года и в любую точку планеты. В ходе тура можно ознакомиться не только с современной жизнью, но и узнать исторические факты, местные легенды, обычаи, традиции. С точки зрения концепции 4p:

– Product: экскурсии в широком ассортименте;

– Price: варьируется от низких до средних, в зависимости от места проведения, репутации турфирмы, длительности поездки;

– Promotion: реклама в СМИ, штендеры, баннеры;

– Place: торговые точки рассредоточены по всему городу.

2. Рекреационный туризм.

Рекреационный туризм – это передвижение людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека. Составляет 60 % мирового объема международного туризма. Рекреационный туризм можно разделить на два вида: туристско-оздоровительный (пассивный), познавательно-туристский (активный). К первому виду можно отнести солнечные и воздушные ванны. Второй вид – прогулки, спортивные игры и т. д. С точки зрения концепции 4p:

– Product: климатотерапия, ландшафтотерапия, гидротерапия, отдых у открытого водоема;

– Price: варьируется от низких до достаточно высоких;

– Promotion: реклама в СМИ, штендеры, «сарафанное радио», баннеры, «горящие путевки»;

– Place: торговые точки рассредоточены по всему городу.

3. Деловой туризм.

Деловой туризм – организация и управление командировками. С бизнес-туризмом связана также сфера корпоративных мероприятий и встреч – MICE. Основные цели бизнес-туризма: проведение встреч и переговоров с клиентами и партнерами. С точки зрения концепции 4p:

– Product: деловые встречи;

– Price: достаточно высокие;

- Promotion: реклама в определенных кругах;
- Place: отели.

4. Этнический туризм.

Этнический туризм – одно из направлений туризма, имеющее ярко выраженные этнические, языковые и культурные составляющие. Этнический туризм может быть как внутренним (например, посещение белорусской глубинки городскими жителями с целью ознакомления с архаичными говорами, фольклором, бытом, культурой и языками автохтонных народов), так и внешним, который связан с посещением исторической родины или мест рождения родственников. С точки зрения концепции 4p:

- Product: посещение Родины, культурное образование;
- Price: варьируются от средних до достаточно широких;
- Promotion: родственники, реклама в СМИ;
- Place: туристические компании.

5. Религиозный туризм.

Религиозный туризм (паломничество) – путешествие к Святой земле и другим географическим местностям, имеющим сакральное значение для христианской веры с целью поклонения и молитвы. С точки зрения концепции 4p:

- Product: посещение святых мест с целью поклонения или молитвы;
- Price: низкие;
- Promotion: реклама в СМИ, объявления, реклама в определенных кругах;
- Place: туристические компании, религиозные общины.

6. Экстремальный туризм.

Экстремальный (приключенческий) туризм – туризм, напрямую связанный с риском для жизни. Это могут быть как экстремальные виды спорта: роумп-джампинг, скалолазание, мотокросс и др., так и опасные маршруты в экстремальных для жизни условиях. С точки зрения концепции 4p:

- Product: экстрим, адреналин;
- Price: высокие;
- Promotion: реклама в СМИ, реклама в определенных кругах, сцены из художественных фильмов;
- Place: туристические компании, частные организации.

В зависимости от вида туризма меняются и маркетинговые мероприятия. То, что идеально подходит для продвижения экстремального туризма, будет оскорбительно, если применить для религиозного туризма. В экскурсионном виде путешествий основной упор делается на достопримечательности и культурное наследие страны, города, области. Целью рекреационного туризма является поддержание здоровья. Маркетинг в этом случае направлен на здоровый образ жизни, необходимость оздоровления и поддержания себя в «здоровом теле». Деловой туризм интересен только тем, кто напрямую связан с бизнесом. Маркетинг в наиболее распространенном своем виде может только навредить и в этом случае используется тихая реклама «только для своих». Этнический туризм интересен людям, которые хотят обогатить свое культурное развитие, внести красок в свою жизнь. Маркетинг в религиозном туризме должен быть предельно осторожным, чтобы случайно не нанести оскорбления чувствам верующих. Экстремальный туризм направлен в основном на молодежь с жадой адреналина. В этом случае и маркетинг должен быть ярким, вызывающим определенные ассоциации.

Маркетинг разнообразен и охватывает абсолютно все сферы жизнедеятельности человека. Если правильно подобрать маркетинговое мероприятие, то и результат не заставит себя ждать. Маркетинг – это все и все – это маркетинг!

Л и т е р а т у р а

1. Религиозный туризм // Wikipedia. ru.wikipedia.org. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Паломничество>. – Дата доступа: 10.03.2017.
2. Этнический туризм // Wikipedia. ru.wikipedia.org. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Этнический_туризм. – Дата доступа: 10.03.2017.
3. Рекреационный туризм // Wikipedia. ru.wikipedia.org. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Рекреационный_туризм. – Дата доступа: 10.03.2017.