Ю.А. Карвунис, Л.В. Капилевич, Н.А. Дружинина

ПЛАНИРОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ТУРОВ В АРГЕНТИНУ С ЭЛЕМЕНТАМИ ОБУЧЕНИЯ ТАНГО

Разработанная программа тематического тура в Аргентину с элементами обучения танго, а также калькуляция данного туристского продукта позволили четко определить сегмент потребителей танго-туров. Высокая цена танго-туров в Аргентину не может способствовать их активной популяризации, но при этом около 40% респондентов, увлеченных культурой аргентинского танго, могли бы стать потенциальными потребителями данного тура, и этого достаточно для достижения экономического эффекта проекта.

Ключевые слова: туризм; танго-туры; Аргентина.

В настоящее время в туризме становится очевидна тенденция, когда на смену пассивному пляжному туризму приходят самые разнообразные виды активного отдыха и форм путешествий [1]. Среди них набирают популярность танцевальные туры, в частности экскурсионно-образовательные туры в Аргентину. В Томске данный сегмент рынка услуг не охвачен специализированным предложением, несмотря на то что в нашем городе существует целый ряд организаций, которые занимаются обучением танго. Анализ ситуации с популярностью танго в городе Томске у различных групп населения свидетельствует о потенциальном спросе на соответствующий туристский продукт. Подобные туры могли бы представлять интерес для широкого круга потребителей, включая спортсменов и любителей танцевальной культуры танго, молодежь и лиц зрелого возраста.

Разработка нового туристского продукта, в том числе тура с элементами обучения, – сложный и многоступенчатый процесс, который включает изучение туристско-рекреационного потенциала выбранного направления, маркетинговые исследования с детальным анализом сегментов рынка и конкурентов на нем, всестороннюю оценку затрат на разработку и продвижение турпродукта. Планирование и проектирование новых туров – значимый компонент в развитии профильных предприятий туристской индустрии, обеспечивающий стабильность и прибыльность данной сферы. Для любого туристского продукта характерна двойственность: в нем одновременно содержатся качества и материального товара, и услуги. Потребитель данных предложений использует собственные финансовые средства для удовлетворения своих потребностей – как материального, так и духовного свойства. В разработанном нами проекте тура присутствует также дополнительная составляющая, не характерная для большинства подобных продуктов – обучающий компонент, сопряженный с познавательным действием и физической активностью каждого отдельного туриста. На первом этапе планирования и разработки танго-тура нами было проведено маркетинговое исследование для обоснования перспектив спроса и предложения на данный вид услуг, прогнозирования востребованности обучающего компонента в структуре рекреационно-познавательных туров.

Маркетинговое обоснование разработки танго-туров. В ходе исследования были изучены особенности танцевальных туров и перспективы реализации данных туристских продуктов в Томске. В Томске существует целый ряд организаций, которые специализируются на обучении танго или представляют данный вид обучения

в качестве одной из основных услуг. Танцевально-спортивные клубы Томска, в которых танцуют танго: «Бродвей», «Виктория», «Данс-лицей», «Движение», «Диамант-ТПУ», «Дуэт», «Золушка», ДЮСШ «Строитель», «Калейдоскоп ДТДМ», «Контраст», «Олимпия», «Твист ТГУ», «Экситон», «Элегия», студия танцев «Фиеста», студия аргентинского танго «TangoBrujo», танцевальный клуб «Наше танго» [2, 3]. Исследование показывает, что более 1000 человек в Томске самых различных возрастных категорий являются приверженцами данного танцевального направления. Еще более 2,5 тысяч человек проявляют интерес к танго через посещение танцевальных мероприятий, участие в кратковременных курсах обучения танго и др. При этом практически весь данный контингент, за исключением младших возрастных групп, можно отнести к потенциальным потребителям танго-туров.

Танго-туры в Аргентину предоставляют туристам возможность погрузиться в атмосферу аргентинского танца, взять уроки танго у известных аргентинских танцоров, ознакомиться с историей страны, посетить места, представляющие туристский интерес, реализовать потребность в общении с единомышленниками. Также можно больше узнать о происхождении аргентинского танго, побывать на различных экскурсиях и танго-шоу. За последние несколько лет в России можно отметить некоторый рост популярности у туристов поездок в Латинскую Америку, и в частности в Аргентину. Увеличилось и число инициативных туроператоров, работающих с данным направлением. К инициативным мы относим тех туроператоров, которые отправляют туристов за границу или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или непосредственно с туристическими предприятиями. Среди туроператоров, которые зарекомендовали себя в работе с Аргентиной, можно выделить: «Гез тур», «Глобалтрелвел», «Ванд Интернейшнл тур», «Ай-Си-Эс трелвел групп», «ВКО трелвел», «Южный Крест», «АРТ тур», «Астрел», «Макси тур», «Амиго тур», «Ривьера», «Гранд тур вояж». Большинство отмеченных туроператоров представлено и на томском рынке туристских услуг, но по данным, полученным от нескольких крупнейших туристских агентств города, Латинская Америка не является на данный момент массовым направлением, а туры в Аргентину выбирают лишь единицы потребителей. Проведя анализ потенциала реализации экскурсионно-образовательных туристских услуг в Томске, мы пришли к выводу, что, несмотря на наличие интереса к танго-турам у потребителей и воз-

возможностей для их реализации в нашем городе, данный сегмент рынка услуг не охвачен специализированным предложением.

На втором этапе планирования и разработки данного продукта нами была проведена подробная оценка туристского потенциала Аргентины. Под туристским потенциалом какого-либо объекта (страны, региона или отдельной территории) понимается совокупность имеющих непосредственное отношение к данному объекту природных и иных тел и явлений. К данному определению относятся условия, возможности и средства, которые могут быть использованы для формирования туристского продукта и реализации соответствующих туров, программ или экскурсий. Также под потенциалом понимаются памятники истории и культуры, достопримечательности, включающие как этнокультурные особенности территории, так и заповедные зоны.

Туристско-рекреационный потенциал Аргентины.

Аргентина привлекает туристов разнообразием природных ресурсов, уникальными традициями и кухней, развитой туристской инфраструктурой. Не менее важной характеристикой государства, способствующей развитию туристской индустрии, является ее относительная благоприятная обстановка криминальной безопасности (в сравнении с соседними странами) и отсутствие ксенофобных настроений у местных жителей по отношению к гостям. Для развития туризма в данной стране одним из важнейших факторов является благожелательность аргентинцев к иностранцам, и в особенности к российским гражданам. Русский для местных жителей – это прежде всего образованный европеец, носитель уникальной культуры. Следует отметить, что именно данный показатель гостеприимства страны является одним из приоритетных и влияющих на выбор туристов по данному направлению.

Территория государства простирается от Андийских Кордильер на западе до пляжей Атлантического океана, неприступных прибрежных скал Аргентинского моря и крупных рек на востоке, доходя на юге до самого побережья Антарктиды [4]. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), в 2010 г. страну посетило более 5 млн туристов, что обеспечило 4,9 млрд долларов поступлений в экономику страны. В последние десятилетия Аргентина является второй по посещаемости страной Южноамериканского континента и четвертой в американском туристском макрорегионе.

Буэнос-Айрес – столица государства, один из самых красивых городов мира, который может быть сравнен своими архитектурными чертами с европейскими городами, но при этом обладает латиноамериканским своеобразием. Именно данная особенность города привлекает к себе миллионы туристов ежегодно. Буэнос-Айрес является административным, экономическим и культурным центром страны, при этом он третий по величине город Южной Америки с населением более 12 млн человек. Город известен своими проспектами, высотными зданиями и многочисленными благоустроенными парками. Территориально он разделен на 47 районов. Среди представляющих туристский интерес и имеющих определенное историко-культурное значение частей города можно выделить районы Сан Тельмо, Бока, Риколета. Описания их имеются во всех современных путеводителях по Буэнос-Айресу и иных информационных туристских изданиях.

Сравнительно хорошо развита транспортная инфраструктура, туристско-экскурсионные предприятия, индустрия общественного питания и развлечений [4].

Культурно-историческая уникальность Буэнос-Айреса формировалась под воздействием танго. Танец возник на окраинах этого города, получил признание среди небогатых слоев общества и затем распространился по всему миру. «День танго» ежегодно празднуется в городе 11 декабря. Танго можно увидеть на сцене театров, его танцуют в кафе и ресторанах. В столице проходит ежегодный международный фестиваль, который привлекает как профессиональных танцоров, так и любителей из многих стран.

Еще одной страстью жителей столицы является футбол. В Буэнос-Айресе несколько стадионов, самым известным является «Бомбонера». Городу принадлежит первое место в мире по вместимости зрительской аудитории на футбольных стадионах.

Буэнос-Айрес можно охарактеризовать как город с активной ночной жизнью. Многочисленные рестораны, бары, кафе, где проходят концерты музыкальных групп, тематические танго-шоу, работают практически в круглосуточном режиме. Благодаря различным ночным театрам и кинотеатрам Буэнос-Айрес никогда не спит. В городе насчитывается около 4 000 предприятий общественного питания, среди которых изысканные и дорогие рестораны, заведения международных сетей быстрого обслуживания, закусочные. В последние годы появились новые гастрономические районы, например Пуэрто-Мадеро, Палермо Вьехо и Лас Каньитас. Таким образом, проведя исследование туристского потенциала Аргентины, и в частности Буэнос-Айреса, мы сделали выводы о возможности разработки нового тематического туристского продукта в данном направлении.

Проектирование нового туристского продукта с элементами обучения. Проектирование услуги «туристское путешествие» предусматривает два основных этапа. Первый – проектирование каждого тура, включаемого в услугу «туристское путешествие», в соответствии с программой обслуживания туристов. Второй – проектирование услуги «туристское путешествие» в целом. При проектировании услуги по запросам туриста необходимо учитывать возможности предприятия – исполнителя услуги. Краткое описание услуги «туристское путешествие» составляется на основе изучения потребностей и платежеспособности населения, спроса на виды туристских путешествий, а также на основе изучения возможностей рекреационных ресурсов в конкретном районе. Информация конкретизируется в проекте программы обслуживания туристов [5].

Непосредственно в программе обслуживания прописываются: количество туристов, маршрут путешествия, продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута, перечень туристских предприятий – исполнителей услуг и период их предоставления, содержание экскурсионного обслуживания, комплекс досуговых мероприятий, виды транспорта, потребность в гидах, инструкторах, переводчиках. Также программой предусматривается порядок подготовки рекламных, информационных материалов и их количество.

Результатом проектирования тура является правильное содержание пакета документов: технологической карты туристского путешествия, графика загрузки предприя-

тия – поставщика услуг, информационного листка к туристской путевке, программы обслуживания туристов.

Общие требования к туристской услуге, изложенные в ГОСТ Р 50690-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования», подразделяются на обязательные и рекомендуемые. Обязательные требования – безопасность жизни и здоровья, сохранность имущества туристов и охрана окружающей среды. Рекомендуемые – соответствие назначению, точность и своевременность исполнения, комплексность, этичность обслуживающего персонала, комфортность, эстетичность, эргономичность. Предоставляемые туристские услуги должны соответствовать требованиям, предусматривающим дополнительные удобства для потребителей, привлекательность и престижность услуг [6]. Учитывая все факторы, отмеченные в работе, мы приступили к разработке проекта, направленного на формирование и продвижение в нашем городе танго-туров как интересного и обладающего спортивно-оздоровительным эффектом туристского продукта.

Примерное содержание познавательного и обучающего компонента программы тура:

1. Обучение аргентинскому танго. Задача курса – осознать и почувствовать принципы движения в танго, благодаря чему в дальнейшем турист сможет создавать свой стиль, чувствовать себя свободно и легко. Это не заучивание фигур и связок, а складывание полученной техники и элементов в интересную мозаику под названием танго.

2. Посещение шоу танго. Турист сможет увидеть и услышать танго, а также узнать об истории танго. Танец восхитителен тем, что на протяжении 1 часа и 45 минут будут разгораться страсть и ностальгия, радости и печали, чувства и желания. На сцене более 20 артистов и оркестр, в котором главным музыкальным инструментом является бандонеон, раскроют душу аргентинского танго в танцах и песнях и одарят яркими эмоциями.

3. Посещение милонги. Милонга – это танцевальный зал, где проводятся вечера танго. Традиционно это кафе или ресторан, но может быть и танцзал, и даже уличная площадка.

4. Участие в показательном выступлении танго-шоу. По завершении обучения у туристов будет возможность принять участие в показательном выступлении танго-шоу. Все туристы получают грамоты и призы, свои фотографии с известными танцорами этого стиля.

Информационное обеспечение проектирования танго-тура. Формирование многодневного тура включает в себя разработку качественного информационного сопровождения для подготовки и осведомленности туриста о предстоящей поездке. Информационное сопровождение включает в себя рекламно-информационные издания: листовки, буклеты, брошюры, каталоги, видеофильмы, презентации тура, путевую информацию. В процессе

формирования тура производится распространение рекламной информации для привлечения внимания к туру потенциальных клиентов и набора группы. Перед поездкой проводится собрание, на котором турист информируется о технике безопасности на маршруте и правилах поведения в местах пребывания, возможных погодных условиях и необходимом снаряжении.

Созданный туристский продукт (тур) подразумевает его обязательное методическое обеспечение. Методическое обеспечение воплощается в виде подготовки специальной технологической документации, описывающей тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам. Это необходимо для четкой, оперативной и гибкой работы, а также для возможности постоянного контроля содержания тура и для его совершенствования. Состав и содержание технологической документации туров предусмотрены нормативными документами Российской Федерации, направленными на защиту прав потребителей. Они контролируются в процессе проведения сертификации туристской продукции. Технологическая документация комплектуется в папки туров (или направлений). В набор технологической документации для каждого тура обязательно включаются технологическая карта туристского путешествия по маршруту и информационный листок к путевке туристского путешествия; эти документы были также разработаны нами в процессе проектирования танго-тура.

Выводы:

1. При анализе особенностей планирования и организации туров были выделены основные компоненты содержания и программирования туристского обслуживания продукта определенной тематики, включающего элементы обучения и специализированной досуговой составляющей. Обозначена необходимость проведения ряда маркетинговых мероприятий на протяжении всего цикла создания и продвижения туристского продукта для обеспечения экономической выгоды туристского предприятия.

2. Исследование туристско-экскурсионного потенциала Аргентины может служить основой проектирования экскурсионной и досуговой программы, а также способствовать выбору средств размещения, питания и транспортного обслуживания при разработке туристских путешествий в данную страну.

3. Разработка программы тематического тура в Аргентину с элементами обучения танго, а также калькуляция данного туристского продукта, позволили нам достоверно определить сегмент потребителей танго-туров. Высокая цена танго-туров в Аргентину не может способствовать их активной популяризации, но при этом около 40% респондентов, увлеченных культурой аргентинского танго, могли бы стать потенциальными потребителями данного тура; этого будет достаточно для достижения экономического эффекта проекта.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Маркетинговые исследования в области международного туризма* // Refland. URL: <http://www.refland.ruwww.refland.ru/page1103-2.html> (дата обращения: 22.05.2013).
2. *Все о танго* // TangoVivo. URL: <http://www.tangovivo.ru/vse-o-tango> (дата обращения: 5.06.2013).
3. *Танцы в Томске*. URL: <http://tofts.ru/> (дата обращения: 4.04.2013).
4. *Аргентина* // Wikipedia. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Аргентина> (дата обращения: 3.06.2013).
5. *Квартальнов В.А.* Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления : учеб. М., 2009. 458 с.
6. *Черных Н.Б.* Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учеб. пособие. 2-е изд., испр. и доп. М. : Советский спорт, 2005. 360 с.

Статья представлена научной редакцией «Психология и педагогика» 27 сентября 2013 г.