

с половиной дня, музыкальная лестница с вмонтированными трубчатыми костюми животных;

- на территории усадьбы Костюшко, которая входит в состав дворцово-паркового ансамбля, проводятся интересные экскурсии, есть мини-зоопарк, проводятся мероприятия этнографического характера: народные гулянья, Масленица, Колядки, праздник Ивана Купалы и др.

Следовательно, туристическими ресурсами данной местности являются не только сохранившиеся памятники архитектуры, но и духовные историко-культурные ценности. Это позволит создать комплексный туристический продукт с элементами анимации, а также установить эмоциональную связь между данным продуктом, объектами туристического показа и потребителем. В дальнейшем в состав объектов дворцово-паркового ансамбля войдет гостиница. Гостиница в замке — это уникальная возможность ощутить себя в атмосфере прошлых веков, что соответствует европейским тенденциям создания отелей в замках (например, система Парадорес в Испании).

Обобщая вышесказанное, обозначим следующие предпосылки и рекомендации для развития и продвижения дворцово-паркового ансамбля в Коссово: разработка новых экскурсионных маршрутов; воссоздание исторических праздников, рыцарских боев; проведение ужинов в стиле «Бал во дворце»; организация театрализованных представлений с исторической подоплекой; использование мифологических и мистических элементов анимации.

В. Р. Бреднёва

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Савина, канд. филол. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ ДЕЙСТВЕННОЙ РАЗРАБОТКИ И ОРГАНИЗАЦИИ ТУРОВ

В настоящее время для многих работников сферы туризма стоит проблема качественного формирования туров. Этот вопрос является действительно актуальным, так как пандемия COVID-19 приостановила мировой туризм и заставила меняться туристическую индустрию. Многие туристы, отправляясь в путешествие, предпочитают использовать услуги готовых туров, чем самостоятельно строить маршрут, выбирать отели, планировать досуг и т.д. Выбирая тур, потребитель определенно ищет именно тот, который максимально подходит его желаниям и предпочтениям, сочетает большее количество подходящих для него характеристик.

Современными тенденциями являются: внутренний туризм (активно начали продвигать свои услуги агроусадьбы, отдых в которых, благодаря необходимой изолированности, оптимален в условиях

пандемии), а также внутренний активный туризм (сплав на байдарках, велотуризм, конный туризм, походы). Получил развитие и виртуальный туризм. Все больше людей стремятся получить культурные и туристические впечатления прямо из дома — виртуальный доступ к музеям, объектам культурного наследия, театрам и представлениям в условиях пандемии достиг высокого уровня.

Для создания успешных туров необходимо разрабатывать новые маршруты, используя захватывающие, привлекательные для туристов места, которые будут включать насыщенную культурную и анимационную программу, технические возможности, учитывать требования медицинской безопасности. Выполнить эту задачу достаточно сложно, так как существует множество различных туров, а создать уникальный туристический продукт в данной форме — большой труд. Маркетологами подсчитано, что на рынке услуг проваливается до 18 % новинок, вступивших в стадию коммерческого освоения [1, с. 17]. Разрабатывая новые маршруты, можно столкнуться с некоторыми проблемами, среди которых неверное оценивание погребностей турпунктов, неграмотно проводимая реклама и др.

Разработав тур, важно обеспечивать качественную рекламную кампанию, создать стратегию продвижения, повышать квалификацию специалистов, занятых в технологическом процессе формирования, внедрения, продвижения и реализации данного туристического продукта. Специалисты туристической организации должны совершенствовать профессиональное мастерство, посещая курсы повышения квалификации, семинары, форумы и т.п. Это поможет им быть осведомленными о последних тенденциях, способах разработки и продвижения туров, об успешности в сфере продаж и делового общения с клиентами, партнерами и поставщиками туристических услуг. Учитывая текущую эпидемиологическую ситуацию, важно принимать во внимание локальные карантинные меры, использовать партнерство туристического, культурного и других секторов.

Таким образом, действенность разработки и организации туров, включая совершенствование профессионального мастерства специалистов, позволит удерживать успешную позицию в сфере туризма, учитывая современные тенденции туристического рынка и оценки желаний и предпочтений клиентов.

Источник

1. *Бирюцкая, Н. М.* Туроперейтинг : учеб.-метод. пособие / Н. М. Бирюцкая. — Минск : БГЭУ, 2008. — 209 с.