**Курсовая работа**

**Тема: Маркетинговые исследования рынка экскурсионных услуг**

**Содержание**

Введение

1. Общая характеристика и структура рынка экскурсионных услуг

2. Оценка конъюнктуры рынка услуг

3. Сегментация рынка

4.Тенденция развития рынка услуг

Заключение

Список литературы

**Введение**

В настоящее время актуальность экскурсионного туризма как сферы услуг не вызывает сомнения, и играет важную роль в развитии рыночной экономики, она является важным элементом экономики Санкт-Петербурга.

Последние десятилетия характеризуются быстрым возрастанием спроса населения развитых стран на экскурсионно-туристические услуги. Увеличение свободного времени людей, рост их денежных доходов, повышение уровня образования и культуры, способствуют рост их потребности в экскурсионных услугах и туризме.

Культурно-познавательный, или экскурсионный, туризм представляет собой путешествия и поездки с познавательными целями. Экскурсии развивают интеллект, расширяют кругозор и развлекают. Наибольшее развитие этот вид туризма получил в Центральной России и в частности в Санкт-Петербурге. Город является одним из наиболее привлекательных туристских центров мира.

Культурное достояние города неизменно привлекает значительное число туристов.

Особенность маркетинговых исследований рынка экскурсионных услуг состоит в том, что рынок находится в постоянном динамичном изменении. Спрос на экскурсионные услуги меняется под влиянием не только, например, погодных условий (сезонности), но и введения новых цен, конкуренции. Маркетинг в связи с этим представляется как непрерывный процесс. Поэтому маркетинговые исследования для данного рынка - это проектирование отдаленного, а значит - ближайшего будущего. Экскурсионная фирма, намечая перспективные планы, согласовывает их с факторами внешней среды, т.е. использует все возможные маркетинговые инструменты для достижения целей будущего.

Главной целью курсовой работы является маркетинговое исследование рынка экскурсионных услуг Санкт-Петербурга. При этом первостепенными задачами являются: - изучение характеристики, структуры и конъюнктуры рынка, исследование сегментов рынка и его тенденции развития.

**1. Общая характеристика и структура рынка экскурсионных услуг**

Санкт-Петербург является одним javascript:pic1()из наиболее привлекательных для посещения городов мира. Санкт-Петербург обладает значительным историко-культурным наследием для формирования экскурсионных услуг и продвижения их на внутреннем и внешнем рынках, а также для превращения экскурсионной деятельности в базовую отрасль городской экономики.

ЮНЕСКО внесла в список всемирного наследия Исторический центр Санкт-Петербурга, а также системы ансамблей главного городского пространства Невского проспекта, Литейной части, Адмиралтейской части, Васильевского острова, Петроградской стороны, островов, реку Неву с ее набережными и берегами, дворцово-парковые ансамбли окрестностей города- Пушкина, Павловска, Гатчины, Петродворца, Стрельны, Ломоносова, историческую часть Кронштадта, крепость "Орешек", ансамбль Пулковской обсерватории и многое другое, всего свыше четырех тысяч объектов. Именно на основе этого культурного достояния создаются новые туристские программы для тех, кто вновь захотел приехать в Санкт-Петербург.

В городе - 221 музей, 45 галерей, выставочных залов, множество загородных дворцов, парков, памятников архитектуры и т.п. Ежегодно в городе проводится около 100 фестивалей и конкурсов разных направлений культуры и искусства, включая более 50 международных.

Постоянное расширение включаемых в сферу экскурсионного туризма объектов всемирного культурного наследия, расширение спектра предлагаемых маршрутов и объектов показа, насыщенность событийного календаря культурной жизни - всё это - в сочетании с развивающейся туристско-экскурсионной инфраструктурой позволило Санкт-Петербургу войти в ряд ведущих мировых центров культуры и экскурсионного туризма.

Под организованной экскурсионной деятельностью понимается предложение стандартизованной экскурсионной программы или отдельных экскурсий как разновидности туристских услуг

Под экскурсионной услугой понимается услуга по удовлетворению познавательных интересов экскурсантов (туристов), включая разработку и внедрение программ экскурсионного обслуживания или отдельных экскурсий, организацию и проведение экскурсий.

Экскурсантом является физическое лицо, посещающее страну (место) временного пребывания прежде всего в познавательных, в период менее 24 часов и без ночевки в посещаемой стране.

Экскурсия представляет собой наглядный процесс познания человеком окружающего мира, построенный на заранее подобранных объектах, представляющих собой культурную, историческую или информационно-познавательную ценность.

Показ объектов происходит под руководством квалифицированного специалиста - экскурсовода. Экскурсовод передает аудитории видение объекта, оценку памятного места, понимание исторического события, связанного с этим объектом. Каждая экскурсия способствует расширению кругозора человека. Ее участники получают знания по истории, в области искусства, архитектуры, литературы, экономики.

Организации, занимающиеся созданием и предоставлением экскурсионных услуг, называются экскурсионными фирмами. В крупных экскурсионных организациях данные функции выполняют разные отделы, в том числе экскурсионные и методические.

В малых и средних организациях может функционировать один отдел - экскурсионно-методический - или эта деятельность осуществляется группой методистов. Существуют и самостоятельные экскурсионные фирмы, деятельность которых направлена на создание и проведение экскурсий.

Методическая работа представляет собой комплекс постоянно проводимых мероприятий, направленных на выполнение конкретных задач (на разработку экскурсий, обеспечение их глубокого содержания, совершенствование методики и техники их проведения, подготовку экскурсионных кадров.).Во главе методического отдела находится старший менеджер (старший методист), которому подчиняются различные методические секции экскурсоводов. Успех достигается слаженностью работы всех звеньев, их взаимодействием между собой.

Направленность деятельности туристско-экскурсионного учреждения определяется характером туризма, который бывает:

-внутренним активным (прием и обслуживание российских туристов и экскурсантов, а также местного населения);

-въездным активным (прием и обслуживание иностранных туристов и экскурсантов);

-внутренним пассивным (отправка экскурсантов на обслуживание в другие экскурсионные фирмы);

-выездным пассивным (отправка экскурсантов на обслуживание за пределы Российской Федерации).

Экскурсионные фирмы Санкт-Петербурга комбинируют услуги непосредственных производителей (музеев, дворцов, зрелищных и других организаций) по своему усмотрению и по желанию потребителей, а также сами создают и предоставляют туристско-экскурсионные услуги (например, экскурсии). В настоящее время экскурсионные учреждения в своей деятельности руководствуются следующими основными положениями:

-в основе любой экскурсии лежит один экскурсионный метод сообщения знаний;

-показ и рассказ - составные части экскурсии и основные элементы;

-движение (моторность) - один из признаков экскурсии;

-экскурсионная методика является частной методикой и состоит из двух частей - методики подготовки и методики проведения экскурсий;

-методика проведения экскурсий представляет собой совокупность методических приемов показа экскурсионных объектов и рассказа о них и событиях, с ними связанных.

Экскурсионные фирмы Санкт-Петербурга предлагают следующие услуги:

- Обзорные и тематические экскурсии по Санкт-Петербургу.

Обзорные экскурсиихарактеризуются многотемностью и позволяют за короткое время получить общее и цельное представление об объекте.

Городская экскурсия строится на показе различных объектов города: памятников истории и культуры, зданий и сооружений, мест знаменательных событий, природных объектов, промышленных и сельскохозяйственных предприятий и т. п. Рассказ о городе ведется от времени его возникновения до настоящего момента. Практически все городские обзорные экскурсии схожи между собой по структуре. Каждая из них содержит несколько подтем: история города, характеристика культуры, науки, образования, промышленности.

Тематические экскурсиипосвящены раскрытию какой-либо одной темы в области истории, культуры, природопользования того или иного содержательного аспекта в тематической экскурсии, ее традиционно относят к одному из типов: исторические, архитектурно-градостроительные, искусствоведческие, литературные, природоведческие и производственные (технологические).

Обычно такие **экскурсии** включают посещение Петропавловской крепости, Эрмитажа или Исаакиевского собора, знакомство с ансамблями Дворцовой, Исаакиевской, Сенатской площадей, стрелки Васильевского острова. По продолжительности такая экскурсия рассчитана примерно на 1 - 3 часа.

- Большой популярностью также пользуются обзорные экскурсии по ближайшим пригородам Санкт-Петербурга. Туристам предлагают побывать в знаменитых загородных царских резиденциях – Петергофе, Павловске, Царском Селе, Гатчине. Обычно **экскурсии в пригороды Санкт-Петербурга** сопровождаются посещением одного или нескольких музеев, где также будет проведена экскурсия. Так, возможна поездка в город Пушкин с посещением Екатерининского дворца, экскурсия в Петергоф с посещением Большого дворца. Автобусная экскурсия в пригород может занять почти весь день – до 6-8 часов.

- Тематические экскурсии по Санкт-Петербургу. Существуют различные экскурсии для более детальной, узкой направленности. Такие экскурсии будут интересны и познавательны и тем, кто провел несколько дней в нашем городе, и тем, для кого приезд в Петербург уже не первый, и жителям города. Такими экскурсиями могут быть, к примеру, “Подвиг блокадного Ленинграда”, “Петербург Пушкина”, “Храмы Петербурга”, “Дворцы Петербурга”, “Юсуповский дворец” и многие-многие другие. По способу передвижения это могут быть как **автобусные экскурсии по Санкт-Петербургу,** так и пешеходные экскурсии.

**- Экскурсии по рекам и каналам -** особый вид **обзорных экскурсий в Санкт-Петербурге.** Обычно такие **экскурсии** включают путешествие по рекам Петербурга Неве, Мойке, Фонтанке и каналу Грибоедова или тематическая экскурсия “Мосты Санкт-Петербурга и др.

Таким образом экскурсионные услуги пользуются большим спросом среди иногородних и иностранных гостей города, а также среди местных жителей. Санкт-Петербург – единственный город, внесенный в список мирового культурного наследия ЮНЕСКО как город-памятник с формулировкой «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников». Все это – прекрасный фундамент для превращения экскурсионного-туризма в базовую отрасль городской экономики.

# 2. Оценка конъюнктуры рынка услуг

# В Санкт-Петербурге широкий выбор туристических фирм, занимающихся экскурсиями. По информации Федерального агентства по туризму Российской Федерации, по состоянию на 2008 на территории Санкт-Петебурга функционирует 660 туристических фирм. На сегодняшний день в Санкт-Петербурге сформировано свыше 300 экскурсионных маршрутов, на которых побывало более 600 млн. человек.

# По данным официального портала Администрации Санкт-Петербурга, город является одним из наиболее посещаемых туристических центров Европы с общим количеством прибытий 3,5 млн. туристов в год.

Ежегодно Санкт-Петербург посещают 1,5 млн. иностранных и 2 млн. российских граждан. Существуют значительные различия между этими двумя группами туристов с точки зрения демографии, мотивации для поездки, отношения к Санкт-Петербургу и уровня трат в городе.

Иностранные туристы обычно старше, тратят значительно больше российских туристов (в среднем 6500 руб. в день, что почти в 4 раза больше средних суточных трат российских туристов), Санкт-Петербург посещают преимущественно один раз, основная цель поездки - увидеть дворцы, средний срок пребывания - 2,5 суток.

Мотивация российских туристов более разнообразна, они склонны приезжать в Санкт-Петербург чаще одного раза, срок их пребывания в Санкт-Петербурге больше (в среднем 4,5 суток).

Экскурсионный туризм является стратегическим сектором экономики для Санкт-Петербурга:

-Экскурсионный туризм создает около 10 процентов валового регионального продукта и

-Обеспечивает более 5 процентов налоговых доходов Санкт-Петербурга;

-Экскурсионный туризм создает в Санкт-Петербурге порядка 63 тыс. рабочих мест;

-Европейский рынок туризма неуклонно растет;

В 2008 году число частных посещений северной столицы зарубежными туристами выросло за 9 месяцев уходящего года примерно на 10% по сравнению с аналогичным периодом 2007 г., а число круизных туристов – на 30%. На вопрос о желании посетить Санкт-Петербург повторно, 95% зарубежных гостей ответили положительно.

Далее в работе, **представлены цены на экскурсии в Санкт-Петербурге – на 2008 год.**

**Экскурсии для туристов c индивидуальным гидом и транспортом****.**

Обзорные экскурсии по городу, длительностью от трёх до пяти часов, в зависимости от количества человек, соответственно будут стоить от 400 до 900 рублей с человека. При этом стоимость экскурсии включает гида-экскурсовода, автотранспорт , входные билеты.

Экскурсии в музеи Санкт-Петербурга, длительность три часа, в зависимости от количества человек, будут стоить от 1 тыс. до 5 тыс. руб. При этом стоимость экскурсии включает гида-экскурсовода, автотранспорт, входные билеты.

Экскурсии в загородные дворцы Санкт-Петербурга, поездки на метеорах, длительностью 5-7 часов, в зависимости от количества человек, соответственно будут стоить от 2 тыс. до 7 тыс. руб. При этом стоимость экскурсии включает гида-экскурсовода, автотранспорт, входные билеты.

Экскурсии для туристов с индивидуальным гидом без транспорта.

Экскурсии в музеи Санкт-Петербурга, длительностью 3-4 часа, в зависимости от количества человек, соответственно будут стоить от 600 руб. до 5 тыс. руб.

**Экскурсии для туристов в составе сборных групп****.**

Экскурсии в музеи Санкт-Петербурга, длительностью 1,5 – 3 – 5 часов, будут стоить от 300 руб. до **1 тыс. руб.**В стоимость входят услуги гида-экскурсовода, входные билеты **Водные прогулки по рекам и каналам Санкт-Петербурга****.**

 Стоимость обзорной экскурсии для индивидуальных туристов (продолжительность 1 час) в зависимости от количества человек, соответственно будут стоить от 400 руб. до 4 тыс. руб.)

 Самыми популярными обзорными экскурсиями по городу, являются экскурсии с посещением Петропавловской крепости, Исаакиевского собора, Военно-Морского музея.

Среди экскурсий в музеи, большим спросом пользуются экскурсии в Эрмитаж, Русский музей, Спас-на-Крови, Юсуповский дворец, Экскурсия по Летнему саду с посещением Летнего дворца Петра1.

Большим спросом пользуются экскурсии в загородные дворцы Санкт-Петербурга, такие как: Экскурсия в Пушкин(Царское село): Екатерининский Дворец с Янтарной комнатой, Экскурсия в Павловск: Дворец Павла I + парк, Экскурсия в Петергоф (Петродворец) : фонтаны + один из малых дворцов, Экскурсия в Петергоф (Петродворец) : Большой дворец + фонтаны на Метеоре, Экскурсия в Кронштадт + форт Константин.

Основная проблема въездного экскурсионного туризма в Санкт-Петербурге – это короткий туристический сезон (всего несколько месяцев в году в период «Белых ночей»), которая, во-первых, мешает развитию туристской инфраструктуры города и, во-вторых – инвестиционному процессу. Бренд «Белые ночи», продвигавшийся в советские времена, прочно закрепился в путеводителях и сознании зарубежного туриста. Но Петербург – это крупный европейский центр всесезонного экскурсионного туризма. Культурная жизнь: выставки, интересные мероприятия – проходят, в основном, осенью, зимой и в весеннее время. 100-200 лет назад гости приезжали в Санкт-Петербург специально на Петербургские зимние сезоны.

Политика Администрации Санкт-Петербурга в сфере туризма опирается на устойчивый интерес к городу в России и за рубежом. Городское правительство проводит курс на улучшение качества обслуживания наших гостей, на совершенствование законодательства в сфере туризма.

Пока питерский туризм приносит в бюджет города 10–15%, а мог бы – намного больше. Как известно, туризм становится бюджетообразующей отраслью для экономики какого-либо города, когда число приезжающих в него за год туристов превышает количество жителей. Если учесть, что население Санкт-Петербурга – 5 миллионов, то среднее число туристов, посещающих наш город в год – это 3 миллиона. Поддержка малого бизнеса в сфере экскурсионного туризма – это один из приоритетов работы городского правительства. Органы государственной власти Санкт-Петербурга осуществляют поддержку развития туризма в Санкт-Петербурге в следующих основных формах:

-принятия нормативных правовых актов Санкт-Петербурга, регулирующих вопросы туризма в Санкт-Петербурге в пределах предметов ведения Санкт-Петербурга;

-разработки, принятия целевых программ Санкт-Петербурга в сфере туризма в Санкт-Петербурге и реализации их за счет средств бюджета Санкт-Петербурга и иных источников, не запрещенных действующим законодательством;

-информационного обеспечения сферы туризма в Санкт-Петербурге, в том числе организации распространения информации о туристских ресурсах Санкт-Петербурга;

-привлечения инвестиций в сферу туристской индустрии в Санкт-Петербурге;

-налогового регулирования деятельности в сфере туризма в Санкт-Петербурге.

Главная цель «Программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2006–2010 гг.», утвержденной городским Правительством в октябре 2005 года, – вывести Санкт-Петербург к 2010 году в пятерку наиболее посещаемых городов Европы, а количество иностранных туристов в городе увеличить до 5 миллионов.

#

# 3. Сегментация рынка

Среди экскурсионных фирм может наблюдаться определенная ориентация на тот или иной рыночный сегмент.

По составу участниковразличают экскурсии для взрослых и детей, местных жителей и туристов (иногородних или иностранных), городского населения и сельского, организованных, однородных групп (по заявкам учреждений) и одиночных, незнакомых друг с другом экскурсантов. По другим основаниям можно построить иные классификации. Например, различают экскурсии для учащихся, профессионалов и широкой публики.

В качестве особого контингента, требующего специальных приемов и методов проведения экскурсии, можно указать группы религиозных паломников, детей младшего возраста, инвалидов, престарелых,

Большое место в организации экскурсионного обслуживания местного
населения и туристов занимает проведение и подготовка экскурсий с учетом запросов, интересов, уровня подготовки и других особенностей различных групп населения. Существует несколько видов группировок экскурсантов.

Первый вид группировки. Участники всех экскурсий, проводимых
экскурсионной организацией, подразделяются на определенные группы в
зависимости от отношения этих людей к экскурсии. В этом случае группы отличаются большим или меньшим интересом людей к самой экскурсии. Профессиональные интересы, образование, уровень культурного развития и возраст в этом случае экскурсионным учреждением не учитывается. Этот вид группировки охватывает три основных категории экскурсантов.

В первую категорию входят наиболее любознательные люди, которые хотят знать буквально все о науке, производстве, строительстве, истории,
искусстве, архитектуре.

Это самая массовая группа экскурсантов. В
настоящее время значительная часть экскурсионной работы построена на
обслуживании именно таких экскурсантов. В эту группу входят рабочие,
служащие, студенты, дети, т.е. люди, самые различные по своему роду занятий, культурному уровню, возрасту. Все они сходны в одном – в стремлении получить знания, поэтому их привлекают любые темы экскурсий;

# Во вторую категорию участников экскурсий, входят люди, которые имеют широкий круг знаний, проявляют устойчивый интерес к определенной области знаний, например к истории и к искусству. Они ставят перед собой задачу дополнить знания или уточнить свою точку зрения по интересующей их теме или проблеме. Этим объясняется тщательный выбор ими темы предстоящей экскурсии. Работа с такими экскурсантами требует постоянного расширения экскурсионной тематики;

# К третьей категории экскурсантов относятся люди, которые стремятсязаполнить свой досуг интересными мероприятиями без четко определеннойцели. Однако в ходе экскурсии в группе, состоящей из таких экскурсантов,происходит расслоение. Часть участников, заинтересованная объектамипоказа и увлеченная рассказом экскурсовода, становится более активной.Другая часть группы проявляет вежливую заинтересованность, а иногдавообще не скрывает своего безразличия к содержанию экскурсии. В будущемзначительное число экскурсантов, отнесенных к третьей категории,пополняют группы первой и второй категорий.

Второй вид группировки. Здесь подразделение экскурсантов на группы
происходит по более сложным признакам:

Первый признак – разделение экскурсантов по возрасту. Создаются
однородные экскурсионные группы с учетом возраста. Экскурсии для разных
возрастных групп отличны друг от друга по способу передвижения,
продолжительности, содержанию, методике преподавания материала;

Второй признак – разделение по роду занятий экскурсантов. Положенный в основу дифференцированного подхода к организации проведения экскурсий, он вдет к созданию отдельных групп из рабочих разных профессий. При проведении экскурсий для таких групп учитывают профессиональные интересы каждой из них;

Третий признак – экскурсионные группы формируются по характеру
общественной деятельности. Уже сейчас многие экскурсионные учреждения
проводят экскурсии для профсоюзных работников;

Четвертый признак – разделение на группы происходит в зависимости от формы учебы экскурсантов, расширения их кругозора. Имеются в виду кружки и семинары;

Пятый признак – экскурсанты, которые отдают часы своего культурного досуга любительским занятиям. Эту группу составляют участники коллективов и кружков художественной самодеятельности, клубов и объединений по интересам – любителей музыки, театра, киноискусства,
книги, туризма, природы, фотографии, различных видов коллекционирования.

# Отдельно следует отметить детские экскурсии. Экскурсии для детской аудитории можно разделить на две группы – школьные и внешкольные. Их отличают друг от друга задачи, тематика, методика проведения.

# Школьные экскурсии в свою очередь имеют три вида: урочные проводимые в учебное время; внеурочные, проводимые до и после занятий в классе и внеклассные – факультативные. Экскурсии урочные и внеурочные имеют учебный характер, их содержание связано с учебной программойопределенного класса школы. Эти экскурсии ведут педагогиобщеобразовательных школ в соответствии с планом работы по своемупредмету. Цель школьной экскурсии – изучение учебной программы поконкретному предмету. Внешкольные экскурсии направлены на расширение культурного кругозора детей и подростков, воспитание подростков.

Первоочередная задача, которую предстоит решить для наиболее эффективной работы в этой сфере: учесть то, что люди становятся независимыми, все больше и больше путешествуют, хотят все больше увидеть и узнать.

Иностранные туристы – желанные гости любой страны. В среднем один иностранный тратит от 100 до 200 долларов в день: на сувениры, проживание, экскурсионные программы. И чем дольше он остается в городе, тем больше денег оставляет в нем. Поэтому задача Санкт-Петербурга – не просто привлечение туристов, а увеличение срока их пребывания в городе. Для этого в городе постоянно создаются любопытные эксклюзивные маршруты. Например, вертолетные экскурсии над городом с приземлением в загородных резиденциях русских царей или путешествия на ретро-трамваях. Строятся новые или абсолютно уникальные и удивительные туристские объекты.

Иностранных туристов привлекает возможность безвизового въезда в Россию на 72 часа в составе экскурсионных групп. И в отличие от других портов Балтики, где стоянка круизных лайнеров не превышает 12 часов, в Санкт-Петербурге большинство судов остаются на 2-3 дня. Так, в прошлом году в наш порт зашли 364 пассажирских круизных судна, доставивших более 400 000 туристов. По данным статистического исследования 2008 года, половина посетителей Санкт-Петербурга приезжает с целью туризма (отдыха). Доли бизмнесменов и прибывающих с частным визитом примерно равны и составляют по 25 %. Суммы общих расходов на визит варьировались от 300 до 486000 рублей, средняя сумма составила 24450 рублей, наиболее часто упоминающаяся сумма – 15000 рублей.

В российском потоке, средняя общая сумма расходов составила 13100 рублей. В иностранном потоке, средние расходы равны 38900 рублям.

В среднем иногородние туристы находились в Санкт-Петербурге 5 дней, иностранные -3,5 дней. Основные расходы посетителей пришлись на приобретение товаров (в среднем 19%) и питание (18%). Транспорт и проживание, которые могли бы занимать основное место в расходах, в среднем в структуре расходов занимают лишь 13% и 12% соответственно. На достопримечательности и развлечения туристы в среднем тратили около 9%.

#

# 4. Тенденция развития рынка услуг

В настоящее время актуальность экскурсионного туризма как сферы услуг не вызывает сомнения, играя ключевую роль в развитии рыночной экономики, она также является и ее важным элементом.

Для Санкт-Петербургского рынка экскурсионных услуг, стали характерны следующие особенности, которые раньше не наблюдались:

-ярко, выраженная сезонность, обусловленная тем, что основным потребителем экскурсионных услуг как внутри страны, так и за ее пределами стали школьники;

-сокращение тематики экскурсий;

-дефицит квалифицированных экскурсоводов и гидов-переводчиков, способных обеспечить высокое качество экскурсии;

-растет число "подпольных" экскурсоводов.

Еще одна серьезная проблема в развитии городского экскурсионного туризма – это несоответствие цен на предлагаемые услуги качеству этих услуг.

Для успешного развития экскурсионного рынка необходимы также эффективная реклама, организационная и финансовая помощь государства.

Развитие экскурсионного туризма, нормирование спроса на экскурсии, как на внутреннем, так и на внешнем рынке невозможно без активного воздействия рекламы.

Не маловажным элементом в развитии экскурсионного рынка Санкт-Петербурга является организация методической работы в экскурсионной фирме.

Работа строится с учетом нормативного и стратегического планирования экскурсионной деятельности на основе годового плана. Формы работы отдела различны: семинары, лекции, конференции, учебные и показательные экскурсии, занятия методических секций экскурсоводов, заседания методического совета, обмен опытом.

Для обеспечения высокого уровня обслуживания экскурсанта необходима научная система, объединяющая все составляющие профессиональной экскурсионной деятельности.

Небольшие фирмы, выполняющие в настоящее время значительные объемы туристско-экскурсионного обслуживания населения, не могут позволить себе не только методического одела, но даже штатного методиста, контролирующего качество экскурсионного обслуживания. Зачастую, они даже не содержат у себя в штате экскурсоводов. Одним из путей выхода из сложившейся ситуации и обеспечения качества экскурсионного обслуживания стала аккредитация экскурсоводов и гидов-переводчиков.

В целом аккредитация позволяет определиться с имеющимся на настоящее время положением с кадрами, узнать не только количество реально работающих гидов, но и многие важные подробности: их образовательный уровень, стаж работы, степень занятости, направление их интересов и др. Наличие такой информации позволяет создать банк данных, обеспечивающих удовлетворение запросов руководителей существующих и вновь создаваемых фирм о специалистах, способных квалифицированно провести ту или иную необходимую им экскурсию. Но главное, для чего необходима система аккредитации - это, обеспечение качества экскурсионных услуг.

Также большой проблемой, для развития экскурсионного туризма Санкт-Петербурга, является общее состояние города.

Следует учесть, что сегмент гостей, готовых мириться с очевидными недостатками города постоянно уменьшается в относительных величинах, и предпочтение смещаются в более обустроенные центры туризма восточной Европы.

Основной вывод, который напрашивается - город несомненно обладает уникальной возможностью значительно приумножить свою экскурсионно-туристскую индустрию за счет уникальных культурных и исторических памятников доставшихся нам от предков. Но для того, чтобы этот фактор сработал, необходимо привести всю городскую (и не только городскую, но и областную) инфраструктуру в соответствие с современными потребностями.

Экскурсионно-туристская инфраструктура развивается в ответ на огромный спрос в области туризма в последние годы. История, культура, искусство - являются важнейшей составляющей привлекательности Санкт-Петербурга в области экскурсионного туризма, одного из наиболее перспективных направлений экономического и культурного развития города, так как этот вид туризма находится на пересечении сферы бизнеса и гуманитарной сферы. На сегодняшний день именно культура становится одним из главных факторов развития города, важнейшим стратегическим ресурсом развития науки, образования и туризма. Памятники культуры и события культурной жизни, являются основной составляющей маркетинга экскурсионных услуг, фактором инвестиционной политики, важнейшую роль в которой играет формирование и продвижение привлекательного образа города.

В результате анализа было определено, что основными барьерами для успешного развития туризма на сегодняшний день являются:

-недостаточная маркетинговая поддержка Санкт-Петербурга и, как следствие, низкий уровень осведомленности туристов о городе и его экскурсионных возможностях;

-существующий уровень развития инфраструктуры Санкт-Петербурга и, как следствие, несоответствие цены качеству поездки.

К основным возможностям повышения доходов экскурсионных фирм Санкт-Петербурга относятся:

-увеличение срока пребывания иностранных туристов;

-стимулирование иностранных туристов к повторным поездкам за счет расширения мотивации поездки;

-увеличение общего числа туристов за счет снижения сезонности.

**Заключение**

Подводя итоги, следует отметить, что экскурсионная инфраструктура развивается в ответ на огромный спрос в области познавательного туризма в последние годы. История, культура, искусство - являются важнейшей составляющей привлекательности Санкт-Петербурга. А экскурсионные услуги становятся одним из наиболее перспективных направлений экономического и культурного развития города.

Большое место в организации экскурсионного обслуживания местного
населения и туристов занимает подготовка и проведение экскурсий с учетом потребностей, интересов, культуры и других особенностей различных групп населения. В городе постоянно создаются любопытные эксклюзивные маршруты. Строятся новые и уникальные туристские объекты.

В Санкт-Петербурге существует большой выбор туристических фирм, занимающихся экскурсиями. А значит и огромная конкуренция.

# Несмотря на то, что город является одним из наиболее посещаемых туристических центров Европы, и обладает возможностью значительно приумножить свою экскурсионную индустрию за счет уникальных культурных и исторических памятников доставшихся нам от предков.

# Рынок экскурсионных услуг Санкт-Петербурга далеко не идеален и имеет свои недостатки.

-несоответствие цен на предлагаемые услуги качеству этих услуг.

-дефицит квалифицированных экскурсоводов и гидов-переводчиков;

-низкий уровень осведомленности туристов о городе и его экскурсионных возможностях и т.п.

Однако, также имеются и положительные тенденции развития рынка экскурсионных услуг – такие как расширение спектра предлагаемых маршрутов и объектов показа, развивающаяся туристско-экскурсионная инфраструктура. Эти и другие положительные факторы позволили Санкт-Петербургу войти в ряд ведущих мировых центров культуры и экскурсионного туризма.

**Список литературы**

1. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. – М.: Новое знание, 2005. – 496 с.

2. Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации. - – М.: КноРус, 2006. – 647 с.

3. Каменева Н. Г., Поляков В. А. Маркетинговые исследования. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 438 с.

4. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 672 с.

5. Крюков А.Ф. Управление маркетингом., – М.: КноРус, 2005. – 368 с.

6. Лашкова Е. Г., Куценко А. И. Маркетинг: практика проведения исследований. - М.: Академия, 2008. – 240 с.

7. Океанова З. К., Маркетинг. – М.: Проспект, 2007. – 424 с.

8. Панкрухин А.П. Маркетинг. – М.: Омега-Л, 2007. – 656 с.

9. Соловьёв Б.А. Маркетинг. – М.: - Инфра-М, 2007. – 383 с.

10. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 345 с.