

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**Продвижение туристского образа Саратовской области на
внутреннем российском туристском рынке**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студенки 4 курса 421 группы
направления (специальности) 43.03.02 «Туризм»
Института Истории и Международных Отношений
Ивановой Ольги Павловны

Научный руководитель
д. э. н., профессор

дата, подпись

Т.В. Черевичко

Заведующий кафедрой
д. э. н., профессор

дата, подпись

Т.В. Черевичко

Саратов 2016

Введение

Саратовская область – край удивительного разнообразия природных условий. Область обладает значительным рекреационным и природным потенциалом, позволяющим удовлетворить потребности различных слоев населения, в отдыхе, спорте, приобретении новых знаний. В Саратовской области развиты следующие виды туризма: познавательный, спортивный, экологический, лечебно-оздоровительный, деловой, рекреационный. Область обладает богатой инфраструктурой, развитой транспортной сетью для туристско-рекреационной деятельности.

Саратовская область имеет все необходимые ресурсы для развития таких видов туризма, как рекреационный, культурно-познавательный, событийный, образовательный, деловой, лечебно-оздоровительный, паломнический, экологический, сельский, спортивный, водный, круизный.

В регионе значительное количество "точек роста" - перспективных объектов культуры и природы туристического и экскурсионного показа, событийных мероприятий традиционного и инновационного характера, которые являются важными предпосылками для посещения области российскими и зарубежными туристами. Одним из таких уникальных объектов является место приземления Ю. А. Гагарина, единственный в мире исторический памятник - место приземления первого космонавта планеты.

Министерство молодежной политики, спорта и туризма Саратовской области активно продвигает и создает программы по привлечению туристов, в одной из своих программ выделяет как одну из самых значимых подпрограмму по продвижению образа Саратовской области как одно из самых значимых мест в мире для космонавтики и авиации. В этом заключается актуальность дипломной работы.

Целью дипломной работы является создание и продвижение маршрута по местам связанным с космонавтикой и авиацией. Такой маршрут в

дипломной работе получил название «Саратов – город романтики, авиации и космонавтики».

Задачи дипломной работы:

- 1) Дать понятие туристского образа территории.
- 2) Охарактеризовать механизмы продвижение образа территории для туризма
- 3) Проанализировать уже сложившийся образ Саратовской области
- 4) Изучить мероприятия по продвижению положительного образа области.

В данной работе использовались труды таких авторов как Чувакова, С. Г., Сбусина, М. В., Климанова О.А., Тельнова Н.О., М.А. Ананьев, Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов, Ж. Гибилато, С.А. Щербакова. и др.

Дипломная работа состоит из двух глав. В первой главе имеются 2 параграфа, во второй тоже два.

1.1. Туристский образ территории: понятия, факторы.

Под понятием туристского образа территории следует понимать систему рационально и эмоционально сформированных представлений, в основе которой лежат специфические особенности территории, подчеркивающие ее индивидуальность с точки зрения массового туриста.¹ Многие специалисты туристской отрасли отмечают двойственность туристского образа: 1) Образ – это объективная вещь, потому что основывается на определенных индивидуальных особенностях данной территории. 2) Так же для создания благоприятного образа туристской территории учитываются субъективные факторы, которые связаны с особенностями и предпочтениями целевой аудитории, на которую он рассчитан.

К числу объективных составляющих образа, прежде всего, следует отнести туристско-рекреационные ресурсы. Туристский образ территории так же можно определить как устойчивое географическое представление о ней, привлекающее туристов и разрекламированное средствами массовой информации. Формирование туристского образа территории представляет собой достаточно сложный процесс, поскольку его единство обеспечивается переплетением и формированием разнородных по генезису и структуре географических и социальных фактов, событий, явлений и т.п.

Выявлением основных факторов развития туристского образа занимались многие российские и зарубежные ученые. Из всех классификаций были отобраны факторы, больше всего способствующие формированию туристского образа территории. То есть те факторы, которые помогают составить полную картину какой-либо территории посредством складывания всей информации в одно целое.

Факторы формирования туристского образа территории:

¹ Климанова О.А., Тельнова Н.О. Современные проблемы сервиса и туризма, 2008, №4. С. 49.

1. Социально-экономические факторы: экономический (уровень жизни), демографический (урбанизация), инфраструктурный (транспортный), фактор СМИ;

2. Фактор географического положения;

3. Фактор природных условий и рекреационных ресурсов;

4. Политический фактор;

5. Экологический фактор;

6. Культурно-исторический фактор.

1.2. Механизмы продвижения образа территории для туризма.

Образ территории формируется, прежде всего, на индивидуальности территории, которая включает в себя опознавательные характеристики конкретной территории. В свою очередь, характеристики территории - это комплекс визуальных, вербальных и других признаков, по которым люди узнают территорию (место на карте, принадлежность к определенной стране, название, герб, флаг, гимн и т.д.). Совокупность особенностей и ресурсных возможностей территории формируется объективно, независимо от каждого отдельного субъекта территориального маркетинга и представляет собой первооснову, на базе которой формируются ее имидж и репутация. Факторы, развитие которых находится в зоне влияния основных субъектов территориального маркетинга, непосредственно образуют тот потенциал территории, целенаправленное воздействие на который и формирует благоприятный образ территории.²

Продвижение образа региона позволяет повысить знания о территории у туристов, создать привлекательность ресурсов, которые сосредоточены на данной территории, условий жизнедеятельности. Главной задачей становится формирование положительного образа региона на основе уже сложившихся ранее положительных сторон территории или на основе

² Погорелова Н.В. Социальная эффективность маркетинга территории на примере Ростовской области // Практический маркетинг, №12 (214), 2014. С.40-48.

создаваемых в настоящем времени привлекательных черт территории. Основными механизмами продвижения региона являются такие маркетинговые элементы как реклама, персональные (или личные) продажи, стимулирование продаж, организация общественного мнения, организация прямого маркетинга.

Из всех средств рекламы, применительно к рекламе территории подходят реклама в газетах и журналах, на телевидение и радио, прямая почтовая реклама и прочие средства рекламы (наружная реклама, реклама на транспорте, рекламные сувениры и подарки, издание справочников, карт и пр.). Содержание рекламы может преследовать достижение трех важнейших задач рекламы:

1. Информирование о регионе и формирование на этой основе необходимых знаний о территории и возможностях проживания и ведения деятельности на ней.

2. Убеждение туристов в предпочтительности данного региона, то есть активизация у потребителей эмоциональных стимулов к покупке.

3. Напоминание о территории, поддержание положительных эмоций у тех лиц, которые уже отдали предпочтение региону, и сохранение осведомленности о ней³.

Методы стимулирования могут быть использованы для достижения различных задач: привлечение новых потребителей, увеличение повторных покупок, увеличение интенсивности использования ресурсов территории, выведение на рынок новых ресурсов и характеристик региона. Для достижения поставленных целей стимулирования использовать следующие средства:

-проведение "выездных" торговых выставок, ярмарок, представляющих ресурсы и продукцию территории, на других территориях;

³ Голубков Е.П. Маркетинг в России и за рубежом. М.: Изд-во«СПАРК»,1998.С.65.

- участие в мероприятиях других регионов, с целью представления своей территории;
- стимулирование потенциальных потребителей, в деятельности которых заинтересована территория, путем принятия целевых программ поддержки;
- проведение "выездных" и на месте презентаций отдельных муниципальных образований и их возможностей для приема инвесторов;
- проведение конкурсов на освоение инвестиционных площадок территории с обязательным получением победителем конкурса особых условий освоения и другие.

2.1. Анализ сложившегося туристского образа Саратовской области.

На территории Саратовского края - 124 памятника природы, среди них – Государственный национальный природный парк "Хвалынский", зоологические заказники по акклиматизации бобров, ондатр, благородного оленя; около 300 памятников культуры, свыше 3 тыс. архитектурных достопримечательностей. Сохранилось 18 старинных усадеб.

Национальный парк «Хвалынский» расположен на территории Приволжской возвышенности юго-восточной её части. Это высокое плато (200 -300 метров над уровнем моря), рассечённое многочисленными балками и оврагами. Общий характер рельефа возвышенный, пересечённый, волнисто-холмистый. Хвалынская гряда вытянута вдоль течения Волги. В центре гряды высится гора Беленькая - 367 метров. Отсюда на север и на юг высоты снижаются до 200 метров и ниже.

В Саратове основан русский национальный цирк (1873), открылись третья в России консерватория (1912), десятый университет (1909), первый детский театр (1918). Здесь, на берегу Волги, впервые поднялся в небо воспитанник саратовского аэроклуба и индустриального техникума Юрий Гагарин. Знаменательно, что именно на саратовскую землю он "снизошел" после легендарного полета в космос. Второго человека, побывавшего в

околоземном пространстве - Германа Титова, - тоже встретила из космоса Саратовская земля.

Саратов родина и такого мастера живописи, как В. Борисов - Мусатов, изобретателей гусеничного и колесного тракторов Ф.Блинов и Я.Мамин, лауреата Нобелевской премии академика Н.Семенов, народных артистов СССР Б.Бабочкин, Б.Андреев. Е.Лебедев, С.Филиппов, О.Табаков, О.Янковский... Автор всемирно известной песни "Калинка" - саратовский музыкант И.Ларионов.

К имеющимся проблемам отрасли можно отнести следующие:

- высокая стоимость оказываемых услуг: средняя стоимость проживания в региональных средствах размещения составляла 1750 руб./чел. в сутки (2013 год);

- малое количество коллективных средств размещения как в областном центре, так и в районах области. В 2013 году среднее количество средств размещения в районах области составляло 2 ед., в Саратове действовали 73 гостиницы;

- невыгодные экономические условия для привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру, наличие административных барьеров;

- сезонность: до 80 процентов доходов туристической индустрии приходится на высокий сезон с середины мая по октябрь, в остальное время принимающий туристический бизнес убыточен;

- неблагоприятный туристский имидж области как внутри региона, так и за его пределами; недостаточная информированность населения об имеющихся туристских ресурсах региона;

- неразвитость транспортной инфраструктуры области, что в некоторых случаях приводит к отсутствию возможности посещения объектов туристского показа;

- неразвитость таких видов туризма, как сельский, событийный, лечебно-оздоровительный, экологический, для которых в регионе имеется достаточно ресурсов для активного привлечения туристов.

Для решения указанных проблем региональной туристической отрасли необходимо:

- увеличить количество повторных посещений, формировать лояльность к туристскому продукту региона;

- увеличить продолжительность нахождения гостей в коллективных средствах размещения: значительное количество путешественников предпочитает "туры выходного дня" в качестве основной формы отдыха в регионе; значительное количество гостей не останавливается в регионе, а посещает его в рамках коротких экскурсионных программ (например, во время круизов по Волге);

- более равномерно "географически" распределить туристские потоки, так как наибольшее число гостей региона принимает областной центр, несмотря на туристский потенциал районов области; нивелировать фактор сезонности туристского потока в регион.

2.2. Мероприятия по продвижению инновационного туристского образа Саратовской области. (Переименовать)

Саратовскую область с полным основанием можно считать первой «космической» гаванью Земли. Здесь, в Саратове, впервые поднялся в небо воспитанник аэроклуба и индустриального техникума Юрий Гагарин. На саратовскую землю он приземлился после своего исторического полета в космос. Названное в народе «Гагаринское поле» расположено в Саратовской области, недалеко от областного центра, в 27 км от Энгельса. А 7 августа 1961 года в районе города Красный Кут совершил приземление космонавт номер два – Герман Титов.

Поэтому в рамках дипломной работы был разработан новый маршрут, а так же предложены пути его продвижения.

Экскурсия «Саратов – город романтики, авиации и космонавтики ». В рамках данной экскурсии Саратов будет представлен, как город, который вырастил первого космонавта, а Саратовская область – пристанище авиации не только военной, но и гражданской. Экскурсия рассчитана на 2 дня.

- Сбор группы на набережной космонавтов и посещение памятника Ю.А. Гагарину. (Рассказ о приезде Ю.А. Гагарина в Саратов и поступление в колледж, рассказ о памятнике)
- Посещение Саратовского профессионально-педагогического колледжа им. Ю.А. Гагарина и посещение Народного музея Ю.А.Гагарина (экскурсия, включающая в себя экспонатов музея и рассказ о периоде обучения Ю.А Гагарина в колледже и поступлении в аэроклуб)
- Место приземления Ю.А. Гагарина (рассказ о событии 12 апреля 1961 года, Смеловка, рассказ о памятнике и стелле на месте приземления)
- Переезд в Красный Кут. Заезд в гостиницу «Фортуна», которая расположена на территории Краснокутского летного училища гражданской авиации. Ужин.
- Завтрак и экскурсия по летному училищу гражданской авиации, осмотр учебных самолетов.
- Отправление в Энгельс.
- Посещение авиабазы г.Энгельса и музея дальней авиации.
- Прибытие в Саратов.

Для продвижения экскурсии «Саратов – город авиации и космонавтики» так же была разработана программа внедрения, позиционирования и продвижения.

Продвижение экскурсии - совокупность разнообразных методов и инструментов, позволяющих успешно вывести турпродукт на рынки, стимулирующих продажи и создающих лояльно настроенных покупателей и агентов.

Целями продвижения являются:

- 1)информирование субъектов туристического рынка и потенциальных потребителей о наличии тура и о его конкурентных преимуществах;
- 2)увеличение доли рынка и охват новых сегментов потребителей;

3) побуждение потребителей к приобретению продвигаемого турпродукта и агентов - к долгосрочной совместной работе.

Основными инструментами продвижения туристического продукта на рынок в современных условиях являются:

- работа с агентствами;
- реклама;
- стимулирование сбыта;
- PR-акции;
- участие в выставках.

Экскурсионный тур «Саратов – город романтики, авиации и космонавтики» и методы его продвижения были разработаны с целью повышения узнаваемости бренда Саратовской области. Данный бренд не нов и был предложен правительством Саратовской области, а так же уже активно продвигался министерством молодежной политики, спорта и туризма Саратовской области.

Заключение

Саратовскую область с полным основанием можно считать первой «космической» гаванью Земли. Здесь, в Саратове, впервые поднялся в небо воспитанник аэроклуба и индустриального техникума Юрий Гагарин. На саратовскую землю он приземлился после своего исторического полета в космос. Названное в народе «Гагаринское поле» расположено в Саратовской области. А 7 августа 1961 года в районе города Красный Кут совершил приземление космонавт номер два – Герман Титов. В Саратовской области находится одно из лучших училищ, которое обучает пилотов гражданской авиации, а в Энгельсе расположена авиабаза и музей дальней авиации.

Министерством молодежной политики, спорта и туризма Саратовской области был издан документ «О государственной программе Саратовской области "Развитие физической культуры, спорта, туризма и молодежной политики" на 2014-2020 годы» (издан в октябре 2013 года и был дополнен в декабре 2015 года). В данном документе имеется подпрограмма в разделе «Туризм», которая включает в себя несколько мероприятий по продвижению туризма в Саратовской области. Одним из этих мероприятий является популяризация туристических объектов, связанных с именем Ю. А. Гагарина, авиацией и космонавтикой и позиционирование бренда "Саратовская область - первая космическая гавань Земли". Данный бренд министерство саратовской области продвигает уже давно, и было проведено уже множество мероприятий для данной цели. К примеру, в июле 2012 года место приземления Ю.А. Гагарина отнесено к объектам культуры федерального значения и получило статус «достопримечательного места», в 2011 году министерством был разработан и апробирован маршрут «Саратов. Космос. Гагарин» по местам, связанным с пребыванием Ю.А. Гагарина на саратовской земле. Но маршрут не получил широкого распространения из-за проблем с причальной стеной в Саратове.

В рамках дипломной работы был разработан маршрут «Саратов - город романтики, авиации и космонавтики». Данный маршрут так же продвигает концепцию бренда, выдвинутого ранее министерством молодежной политики, спорта и туризма. Помимо того, что маршрут был разработан, к нему прилагается и программа по продвижению его на внутренний туристический рынок.

Программа продвижения маршрута включает в себя такие пункты как:

- Участие в туристических выставках (Разработка стенда и т.д)
- Реклама (на радио, сеть Интернет);
- Сотрудничество с агентствами;
- Проведение акций;
- Разработка рекламной продукции;
- Рекламная компания в школах.

