

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

**Роль фестивального туризма в туристском пространстве Пензенской
области**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 421 группы
направления 43.03.02 Туризм

Института истории и международных отношений

Потеминой Майи Юрьевны

Научный руководитель

доцент, к.и.н. _____
должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Королева О.В.

Заведующий кафедрой

д.э.н., профессор _____
должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Черевичко Т.В

Саратов 2016 год

Введение

Актуальной проблемой на современном этапе является развитие событийного туризма на региональном уровне. Региональные органы управления туризмом ведут поиск новых средств продвижения местного турпродукта на рынок. А организация и проведение различных событийных мероприятий является действенным инструментом территориального маркетинга и позиционирования имиджа региона.

Актуальность выбранной темы дипломной работы обусловлена тем, что в связи с последними политическими событиями, в стране широко пропагандируется идея патриотизма и идет процесс импортозамещения, который не оставил без внимания фестивали и праздники. Россияне проявляют все больший интерес к культуре, традициям и обычаям народов нашего многонационального государства.

Фестивали, посвященные самобытной культуре уникальной этнической группы, проживающей только на территории Пензенского края, могут привлечь интерес туристов, желающих познакомиться с коренными народами финно-угорских племен, что, впоследствии, послужит толчком к популяризации этнических фестивалей и празднеств, посвященных культуре и искусству, народов региона. В совокупности с тем, что событийный туризм активно популяризируется, мы считаем, что тема очень актуальна, тем более, когда перед нами стоит задача развивать внутренний туризм.

Степень научной разработки проблемы. Фестивальный туризм как культурное явление изучали отечественные ученые: Алексеева О.В. рассматривала событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона¹. Колупанова И.А., Артюх Д.М., в своей статье «Событийный туризм в России и за рубежом»² анализировали аспекты

¹ Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2012. — 24 с.

² Колупанова И.А., Артюх Д.М. Событийный туризм в России и за рубежом. Материалы научно-практической конференции «Сервис и Туризм» г. Барнаул. 2008 г.

отечественного и зарубежного фестивального туризма. Ворониной А.Б. был изучен фестивальный туризм как значимая составляющая событийного туризма³.

Фестивальный туризм изучался на региональном уровне, в работе «Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму»⁴ Лакомов Е.Ф. рассматривал составляющие событийного туризма. Белецкая. Е.А., Товолжанская Н.В., Штанько Е.С. Хименец Т.Б., анализировали развитие регионального фестивального туризма на примере конкретных дестинаций.

Научная новизна и значимость исследования. Фестивальный туризм исследуется как зарубежными, так и отечественными учеными не первый год. Однако исследований по выявлению фестивального потенциала и способов его продвижения, относительно фестивального туризма в Пензенском регионе ранее не проводилось.

Источниковая база исследования. Для глубокого анализа фестивального потенциала Российских фестивалей нами были изучены статьи в журналах научных и развлекательных таких как «Турист», «Горизонт», «TimeOut», «Диалог Искусств», газет, «Глас Народа», «До Будущей горы», сайты организаций и туристские порталы, новостные, развлекательные, познавательные видеоролики.

Цель данной дипломной работы: исследование фестивального потенциала и популяризация фестивального туризма в Пензенской области. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- Изучить теоретические основы фестивального туризма;
- Проанализировать ресурсы региона, которые впоследствии могут быть использованы для привлечения туристов и организации фестивалей;

³ Воронина А.Б. Фестивальный туризм как значимая составляющая событийного туризма. Серия "География". Том 24 (63). 2011 г. №1. С.161-172.

⁴ Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

- Проанализировать Российский и региональный опыт продвижения фестивалей на туристский рынок, выявить основные каналы и способы продвижения;

- Провести маркетинговое исследование на основе анкетирования и метода лингвистического ассоциативного эксперимента;

- Составление фестивальной карты региона;

- Проектирование тура по фестивальным точкам Пензенской области.

Практическая значимость исследования заключается в разработке фестивальной карты Пензенской области и составлении турмаршрута, призванного познакомить гостей и жителей региона с основными культурными фестивальными центрами области, информировать обо всех грядущих и проходящих в данной аттракции фестивалей и праздников, спровоцировать интерес к духовной культуре народов Сурского края.

Структура дипломной работы. Выпускная дипломная работа состоит из введения, первой главы «Опыт развития фестивального туризма в Пензенской области», второй главы «Информационное обеспечение развития фестивального туризма в Пензенской области», третьей главы «Проектирование фестивального тура и его продвижения на туристский рынок», заключения, библиографического списка литературы, приложений, презентации.

Основная часть

В первой главе *«Опыт развития фестивального туризма в Пензенской области»* нами анализируются теоретические основы событийного туризма и фестивальный туризм как его составляющая. Исходя из разных подходов российских ученых к понятию событийный туризм, нами сделан вывод, что единое определение событийного туризма отсутствует, что связано с непродолжительным периодом его изучения среди российских исследователей, а также многогранностью его состава. В целом, обобщив разные точки зрения по данному вопросу, можно определить событийный туризм как — вид туризма, связанный с посещением туристами и экскурсантами места проведения события, связанного с разнообразными значимыми событиями или редкими природными явлениями, в определенное время, соответствующее срокам проведения события.

Следует отметить, что событийный и фестивальный туризм – не одно и то же. Одним из видов событийного туризма является фестивальный туризм. Фестивальный туризм приурочен конкретно к фестивалям, массовым празднествам, народным гуляньям и тд.

В первом параграфе *«Этнографические и культурные ресурсы как предпосылка развития фестивального туризма Пензенской области»* в качестве объекта исследования, нами был взят Пензенский регион. Анализ этнографических и культурных ресурсов, а так же проводимых фестивалей и перспективных площадок для фестивалей на территории Пензенской области показал, что, несмотря на непродолжительный опыт развития фестивального туризма в регионе, можно с уверенностью назвать область перспективным регионом для развития событийного туризма в целом, и в частности для развития фестивального.

Древняя культура народов Пензенского края, уникальные этнические группы, действительно делают регион привлекательным для организации фестивалей, праздников различной направленности. Многообразие и аттрактивность культурных и природных объектов, включая обычаи, праздники, национальный колорит коренных народов Сурского края на современном этапе создают все предпосылки для проведения фестивалей, как местного значения, так и регионального масштаба. Культурное богатство в сочетании с природными ресурсами и достаточно развитой в конкретных дестинациях инфраструктурой, создает мощную платформу для формирования фестивального имиджа области.

Во втором параграфе *«Фестивальный потенциал скульптурного парка «Легенда»»* нами был проанализирован самый большой в Европе скульптурный парк под открытым небом, который, на наш взгляд, является мощной платформой для развития фестивального туризма. Мы изучили историю проведения международного фестиваля современного искусства, которому в 2012-2014 гг. комиссией по делам ЮНЕСКО в РФ была предоставлена эгида ЮНЕСКО.

Проанализировав потенциал фестиваля, мы пришли к выводам, что «Осень. Вдохновение. Пенза» – это международный фестиваль современного искусства, который станет интересным для любого зрителя: взрослых и детей, ценителя и обывателя, профессионала и любителя. Международный фестиваль, проходящий в Пензенском скульптурном парке «Легенда» отражает популярные мировые тенденции в живописи и скульптуре, знакомит зрителей с работами известнейших мастеров современности, а также способствует развитию и укреплению международных контактов в области искусства. Развитие скульптурного парка «Легенда» в ближайшем будущем, несомненно, повысит узнаваемость Пензенской области в медийном пространстве, привлечет внимание туристов и инвесторов, что положительно скажется на общем экономическом

положении региона. А, благодаря дальнейшему продвижению Международного фестиваля современного искусства и творческих технологий на федеральном и международном уровне, Пензенская область имеет уникальную возможность зазвучать в федеральном уровне, как регион не только поддерживающий общественные инициативы, но и использующий инновационные методы для развития современной культуры.

В конце параграфа мы пришли к выводу, что, не смотря на развитую инфраструктуру, печатную рекламу и рекламу в СМИ, культурное богатство парка и внушительные масштабы международного фестиваля на данный момент существуют проблемы с туристским потоком.

В третьем параграфе *«Фестивали в лермонтовском музее-заповеднике «Тарханы»»* нами была изучена одна из самых известных пензенских аттракций, в контексте развития на ее территории фестивального туризма, посвященному поэзии и литературе. Лермонтовский фестиваль поэзии является консолидирующей силой, которая выступает символом культурной жизни России, обеспечивая представление уникального музея-заповедника, достоверно воссоздающего образ лермонтовского времени, который является необходимым контекстом музейного показа биографии и творческого наследия М.Ю. Лермонтова и понимания современниками феномена великого поэта, обогатившего мировую культуру.

Фестиваль имеет огромный потенциал. Он обладает всеми ресурсами для развития и продвижения. Богатый культурно-исторический ресурс, включает в себя местность, усадьбу, работы, записи М.Ю. Лермонтова, в совокупности с природно-ресурсным потенциалом местности и высококвалифицированным кадровым ресурсом, а так же развитой инфраструктурой, делает аттракцию максимально привлекательной для туристов и создает платформу для развития фестивального туризма.

Фестиваль освещается во всех СМИ регионального и федерального масштаба. На основании статистических данных, предоставленных официальном сайте музея-заповедника, нами были сделаны выводы об устойчивом росте турпотока в данную местность, и проанализирован весь спектр событий, праздников и фестивалей проходящих на данной территории.

Во второй главе *«Информационное обеспечение развития фестивального туризма в Пензенской области»* мы оценивали информационное обеспечение развития фестивального туризма, как по России в целом, так и конкретно в Пензенской области. Нами был проанализирован весь спектр средств продвижения фестивалей, с их достоинствами и недостатками, а так же изучено, как все эти средства применяются на практике продвижения фестивалей в России.

В первом параграфе, *«Анализ российского опыта продвижения фестивалей на туристский рынок»* исследуя российскую практику продвижения фестивалей, мы сделали вывод о том, что для продвижения событий используются средства аналогичные тем, что используются для продвижения туризма в целом. Востребована реклама на телевидение, реклама в прессе и, набирающая обороты, реклама в сети Интернет. В общероссийском опыте продвижения фестивалей зачастую используются следующие средства:

1) Освещение фестиваля в СМИ

размещение информации в прессе, преимущественно в специализированных изданиях (журналах и газетах) как на федеральном, так и региональном и местном уровнях;

2) Организация рекламы и PR-деятельности фестиваля:

создание сайта, посвящённого фестивалю; размещение информации на других сайтах, порталах на федеральном, региональном и местном уровнях;

взаимодействие со СМИ через Интернет; создание рекламных роликов; организация крупномасштабных пиар-акций, посвященных открытию, закрытию фестиваля.

3) Рекламные инструменты:

афиши; реклама на транспорте, в метро и уличных растяжках; уличная реклама на тумбах и плакатах.

Обычно этим занимаются спонсоры и информационные партнеры фестиваля. Однако, как правило, чаще всего ставка делается на количественный подход, нежели качественный. Крайне мало качественно снятых рекламных-видеороликов, которые показывают уникальность фестиваля и воспроизводят в сознании потребителя привлекательный образ данного мероприятия.

Зачастую отсутствует спланированная маркетинговая стратегия развития фестиваля. Основной упор делается на количество новостных и рекламных роликов, публикаций в прессе и рекламных сообщений. Анализируя новостные ролики и статьи в специализированных изданиях, можно заметить, что информация зачастую подается с количественной точки зрения, и приводятся цифры. Количество участников, площадок, бюджет, в то время как само событие, оценка его культурной составляющей, выделение его достоинств отходят на второй план.

В параграфе *«Анализ опыта продвижения фестивалей Пензенской области на туристский рынок»* нами сделаны выводы о том, что для продвижения фестивалей в Пензенской области используются спектр средств, аналогичных тем, что используются в общероссийском опыте продвижения: печатная продукция, реклама в прессе, радио и телереклама, наружная реклама, сувенирная продукция, продвижение в сети Интернет, пиар-акции. Анализ источников в сети Интернет, журналов, каталогов, фильмов и видеороликов показал, что пензенские органы управления

туризмом активно продвигают популярные аттракциии и фестивали региона, некоторые из которых известны не только в пределах Российской Федерации, но и в других странах.

В результате проведенного нами маркетингового исследования, в основе которого лежал лингвистический ассоциативный эксперимент, нами был выявлен интерес молодежи к отдыху, туризму и культурно-историческим объектам Пензенской области. Но, не смотря на выявленный интерес, результаты так же показали низкую информированность об объектах, событиях, фестивалях, находящихся на территории региона. А один из основных источников, откуда молодежь черпает информацию о предстоящих событиях, помимо «сарафанного радио» является сеть Интернет.

В третьей главе *«Проектирование фестивального тура и его продвижение на туристский рынок»* нами были разработали меры для популяризации фестивального туризма на территории Пензенской области.

В первом параграфе *«Проектирование фестивальной карты в целях популяризации туризма в Пензенской области»* Мы проанализировали самые значимые на наш взгляд фестивали, проводимые на Пензенской земле, и на основе этих фестивалей спроектировали интерактивную фестивальную карту, которую, планируем разместить в доступных для молодежи ресурсах (интернет, социальные сети, приложения).

Во втором параграфе *«Проектирование тура «По фестивальным центрам Пензенского края»»* на основе интерактивной карты нами был составлен тур, основные цели которого:

- информирование жителей Пензенского края и соседних областей о фестивалях, проводимых на территории пензенской области, а также реклама туристских дестинаций, на которых они находятся;

- создание положительного туристского имиджа Пензенской области;

- повышение культурного и интеллектуального уровня развития потребителей.

Тур по фестивальным центрам Пензенской области, захватывает основные фестивальные центры региона и знакомит туристов с промыслами, искусством, и культурой народов Пензенского края.

Заключение

На сегодняшний день у населения страны заметно возрос интерес к народной культуре, как материальной, так и духовной. Мы считаем, что знакомство с культурой своей родины, посредством принятия участия в разнообразных фестивалях способно не только поднять культурный и нравственный уровень граждан, но и популяризовать региональный фестиваль туризм в целом.

В данной работе автором было проанализирован теоретический материал и разведены понятия «событийный туризм» и «фестивальный туризм», изучены теоретические основы фестивального туризма. Нами были проанализированы средства и способы продвижения фестивального туризма в России, проведена его классификация, выявлена роль культуры и ее элементов в фестивальном туризме Пензенского региона и составлена карта фестивального туризма Пензенской области. Определена специфика фестивального туризма Пензенской области. Культурные ценности региона способны вызвать у туристов огромный побудительный мотив к путешествию. Поэтому сохранение культурного наследия и его рациональное использование имеют определяющее значение для устойчивого привлечения туристских потоков и сохранение популярности конкретного туристского направления.

Культура народов Сурского края, ее материальные и духовные проявления ярко и самобытно представлены в регионе. Это отражают фестивали, проводимые в настоящее время. Многие города и села Пензенской области проводят фестивали и праздники, которые являются «визитной карточкой» и в целом образом всего региона. При этом важно отметить, что фестивали, проводимые в Пензенской области, способствуют развитию культуры, и, самое главное могут являться катализатором развития Пензенской области как центра фестивального туризма. В процессе нашего

исследования нам удалось прийти к следующим выводам: Пензенский регион обладает обширной материальной и духовной базой, для развития фестивального туризма в области. Анализ ресурсов в соответствии с особенностями событийного туризма говорит о том, что Пензенская область обладает широким потенциалом туристского предложения, базирующегося на уникальных культурных, исторических и природных ресурсах.

Проанализировав средства продвижения фестивалей, и российский опыт продвижения на туристский рынок, нами были сделаны выводы о наиболее часто встречающихся способах продвижения фестивалей и количественном подходе в сфере популяризации фестивалей. Зачастую отсутствует маркетинговая стратегия развития фестивалей, упор делается на большой зрительный охват рекламы, а не на ее качественную составляющую.

Проведя маркетинговое исследование, цель которого - выявить интерес жителей Пензенской области и соседних регионов к объектам культуры и фестивалям, проходящим на территории Сурского края, нами были сделаны выводы о низкой информированности среди молодежи об объектах культуры и мероприятиях. Анализируя полученную информацию, нами была разработана концепция фестивальной карты Пензенской области. Мы полагаем, что разместив карту на порталах, посвящённых туризму в Пензенской области, а так же в социальных сетях, популярных у молодежи, спровоцируем интерес молодежи к фестивальным центрам региона. Вместе с картой нами был спроектирован тур по фестивальным центрам Пензенской области, основной задачей которого является информирование туристов об объектах культуры и искусства Пензенской области, непосредственно связанных с фестивалями, продвижение и популяризация региональных фестивалей и знакомство с культурой области.