

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

Интернет-маркетинг в продвижении туризма

Саратовской области

название темы выпускной квалификационной работы полужирным шрифтом

АВТОРЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Студента 6 курса 641 группы
специальности 100103 — Социально-культурный сервис и туризм
код и наименование направления (специальности)

Института истории и международных отношений

наименование факультета, института, колледжа

Асанова Романа Куиншкалейевича

фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

О. В. Королева

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

профессор, д.э.н., профессор

должность, уч. степень, уч. звание

дата, подпись

Т. В. Черевичко

инициалы, фамилия

Саратов 2016 год

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие рынка Интернет услуг открывает регионам доступ к решению маркетинговых задач более легким и менее затратным путем.

Профессионально созданный сайт обеспечивает легкость его нахождения по запросам в поисковых системах, поскольку целевую аудиторию составляют пользователи, которые ищут конкретную информацию в Интернете. Постоянный контакт с клиентами и партнёрами позволяет оперативно реагировать на изменения рынка и проводить своевременную коррекцию. Кроме того, расходы на рекламу в Интернете значительно ниже, чем в традиционных средствах.

Веб-сайт сегодня является не только информационным средством или визиткой, а полноценным маркетинговым инструментом, привлекающим новых клиентов, приносящим прибыль.

Цель исследования – проанализировать возможности использования сети Интернет в качестве инструмента маркетинга Саратовской области.

Для достижения поставленной цели требуется решение следующих задач:

- рассмотреть Интернет-технологии с позиции средства территориального маркетинга;
- провести анализ Интернет-ресурсов формирующих туристский имидж Саратовской области;
- изучить туристический потенциал Саратовской области;
- построить основную концепцию создания и развития ресурса;
- определить цели и задачи создания ресурса и целевую аудиторию;
- провести логическое проектирование ресурса и определение особенностей контента;
- произвести выбор инструментальных средств разработки ресурса;
- рассмотреть физическое проектирование и наполнение контентом ресурса;

- провести тестирование, сбор статистики и описание ожидаемых результатов работы.

Теоретико-методологической основой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по вопросам маркетинга, рекламы и бренд-позиционирования, это труды таких авторов как: Панкрухина А.П., Акулича И. Л., Белоусовой С. Н., Борушко Н. В.

Интернет-маркетинг исследуют следующие авторы: Голик В.С.¹, Зуев М.К.², Уилсон Р.³, Успенский И.В.⁴, Холмогоров В.И.⁵ и прочие.

Также помимо теоретического материала при написании работы задействовались практические пособия по продвижению ресурсов в сети Интернет, созданию и оптимизации web-сайтов, системам управления контентом, в частности это труды авторов: Ашманова И.С.⁶, Васильева Г.А.⁷, Веселковой Т.В.⁸, Ташкова П.С.⁹ и прочих.

1

Голик, В.С. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе./ В.С. голик - М.: Дикта, 2012 . 196 с.

2

Зуев, М.К., Разваляев, Д.В. Интернет-маркетинг. Взгляд практиков./ М.К. Зуев - М.: Вершина, 2008 г. 248 с.

3

Уилсон, Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга./ Р. Уилсон - СПб.: Издательский дом Гребенникова, 2003. 246 с.

4

Успенский, И.В. Интернет-маркетинг Учебник./ И.В. Успенский - СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2013. 348 с.

5

Холмогоров, В.И. Интернет-маркетинг./ В.И. Холмогоров - Краткий курс. СПб.: Питер, 2013. 272 с.

6

Ашманов, И.С. «Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах»/ И.С. Ашманов - СПб.: Питер, 2009. 400 с.

7

Васильев, Г.А., Забегалин Д.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернете./ Г.А. Васильев - М.: Юнити-Дана, 2008. 183 с.

8

При написании работы были задействованы журнально-сериальные издания, а в частности: «Маркетинг в России и за рубежом», «Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития», «Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук». В данных периодических изданиях содержатся материалы по успешности маркетинга, как инновационной константы¹⁰, использованию сети Интернет и Интернет-услуг в маркетинге¹¹.

Специфика дипломной работы предполагает использование Интернет-ресурсов, а именно web-сайтов практических форумов по созданию и тестированию сайтов¹², а также статей по Интернет-маркетингу¹³, правовых порталов¹⁴, инструкций по работе с CMS системами¹⁵, ресурсов по туристско-

Веселкова, Т.В. Эффективная эксплуатация сайта: практическое пособие//Учебное пособие-М.: Дашков и К, 2011. 176 с.
9

Ташков, П.С. Веб-мастеринг на 100%. HTML, CSS, JavaScript, PHP, CMS, графика, раскрутка / П.С. Ташков. - СПб.: Питер, 2009. 512 с.
10

Бербис, А. О. Успешный маркетинговый подход как основа выбора инновационной стратегии развития компании / А.О. Бербис // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 10. С. 159–161.
11

Бушуева, Л.И. Роль Интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности / Л.И. Бушуева// Маркетинг в России и за рубежом. 2001. №4. С. 23-35.
12

Официальный сайт уроки по созданию сайта в Joomla [Официальный сайт] URL: <http://joomla-create.ru/> (дата обращения 06.05.2016 г.). Загл. с экрана. Яз. рус.
13

Интернет маркетинг [Электронный ресурс]: И.В. Успенский Интернет-маркетинг URL: <http://www.aup.ru/books/m80/1.htm> (дата обращения 10.05.2016 г.). Загл. с экрана. Яз. рус.
14

Официальный сайт информационно-правового портала Гарант [Электронный ресурс] URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 14.05.2016 г.). Загл. с экрана. Яз. рус.
15

Официальный сайт видео хостинга, Александр Боровой – создание сайтов на Joomla [Электронный ресурс] URL: <http://www.youtube.com> (дата обращения 14.05.2016 г.). Загл. с экрана. Яз. рус.

рекреационному и культурно-историческому потенциалу Саратовской области¹⁶, официальных сайтов представительств исполнительных органов власти¹⁷. В основном Интернет-ресурсы были задействованы при разработке web-сайта и наполнению его контентом.

Работа состоит из трех глав: «Теоретические основы использования сети Интернет в качестве инструмента маркетинга региона», «Концептуальное проектирование Интернет-ресурса «Путешествие по Саратовской земле», «Физическая реализация Интернет-ресурса «Путешествие по Саратовской земле».

ОСНОВНОЕ ОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе рассматриваются возможности преимущества сети Интернет в качестве инструмента маркетинга региона, проводится анализ существующих ресурсов формирующих туристический имидж Саратовской области, проводится изучение и актуализация туристического потенциала Саратовской области.

В первом параграфе «Интернет-технологии как средство территориального маркетинга» определяется, что использование термина «Интернет-маркетинг» обычно подразумевает использование стратегий маркетинга прямого отклика, которые традиционно используются при прямых почтовых рассылках, радио и в телевизионных рекламных роликах,

¹⁶

Открой Приволжье [Электронный ресурс]: Межрегиональная туристская ассоциация URL: <http://open-volga.ru/region/index.php?ID=4104> (дата обращения 2.04.16 г.) Загл. с экрана. Яз. рус.

¹⁷

Туристический потенциал Саратовской области [Электронный ресурс]: Официальный сайт Министерства по молодежной политике, спорту и туризму Саратовской области. URL: http://tourism.saratov.gov.ru/tourism/?SECTION_ID=459&ELEMENT_ID=15727 (дата обращения 1.05.16 г.) Загл. с экрана. Яз. рус.

только здесь они применяются к бизнес пространству интернета¹⁸. Основной целью использования инструментов Интернет-маркетинга, это привлечение потенциального клиента на сайт, который выступает, как рекламная площадка по продвижению услуг на рынке.

Интернет-маркетинг в качестве средства развития туристической отрасли региона и формирования турпотока предполагает¹⁹:

- наличие официальных сайтов региональных органов власти;
- наличие официальных сайтов местных туристических компаний;
- наличие официальных сайтов областных и районных культурно-познавательных объектов (музеев, галерей, национальных парков, заповедников и т.д.)
- наличие информации о регионе на сайтах федеральных органов власти;
- наличие информации о культурно-исторических достопримечательностях, на сайте турфирм занимающихся организацией туров по данному региону;
- наличие информации об регионе, о культурно-исторических достопримечательностях природных ресурсах- на сторонних сайтах;
- наличие собственных страниц/групп региона в социальных сетях;
- наличие форумов посвященных туризму в данном регионе;
- наличие страниц (каналов) региона содержащих видеоролики репортажи формирующие позитивный имидж, на основных видео ресурсах;

18

Современный интернет-маркетинг: поле для работы или лезвие бритвы? [Электронный ресурс]: URL: <http://www.citynet.by/articles/internet-marketing/124-2012-01-22-16-32-42.html> (дата обращения 15.05.2016 г.). Загл. с экрана. Яз. рус.

19

Зуев, М.К., Разваляев, Д.В. Интернет-маркетинг. Взгляд практиков./ М.К. Зуев - М.: Вершина, 2008 г. 48 с.

- проведение онлайн-конференций и семинаров посвященных туризму в данном регионе;

– наличие электронных досок объявлений регионального масштаба.

Во втором параграфе «Анализ Интернет-ресурсов (web-сайты), формирующих туристский имидж Саратовской области» проводится анализ 6 интернет-ресурсов:

1. <http://tourism.saratov.gov.ru/> министерство туризма, спорта и молодежной политики
2. <http://nasledie.sgu.ru/> культурно-историческое и природное наследие саратовской области
3. <http://russiaturism.ru/rubriki/-1124140497/> страница приволжского федерального округа на сайте агентства по туризму
4. <http://www.saratov.gov.ru/> правительство саратовской области
5. <http://open-volga.ru/region/index.php?ID=4104> страница саратовской области на сайте открой Приволжье
6. <http://www.sarbc.ru/gkvr/> Саратов бизнес консалтинг инф. агентство

Рассмотрены положительные и отрицательные черты каждого сайта. В результате исследования выяснилось что сайт <http://www.saratov.gov.ru/> Правительство Саратовской области – является наиболее информативным, и более подходящим для формирования позитивного имиджа Саратовской области.

В третьем параграфе «Туристический потенциал Саратовской области» была приведена информация о туристическом потенциале Саратовской области, также была проведена оценка ключевых факторов конкурентоспособности Саратовской области (результаты представлены в табличном виде), а еще был проведен анализ нескольких интернет ресурсов которые являются инструментами формирования позитивного имиджа области, а после был приведен анализ официального сайта Министерства молодежной политики, спорта и туризма Саратовской области, в конце был сделан вывод и предложения по более целесообразному использованию сети

Интернет в качестве инструмента маркетинга, а в частности требуется создание Интернет-ресурса по туризму, потенциалу и объектам Саратовской области.

Во второй главе происходит концептуальное проектирование web-ресурса, определение целевой аудитории. особенностей навигации. строения и контента, а также выбираются средства создания и разработки ресурса.

В первом параграфе «Концепция создания и развития ресурса» анализируется опыт успешных туристических порталов общероссийского уровня: портал Travel.ru, получивший звание «Отраслевого сайта года» на конкурсе «РОТОР»; портал «Сто дорог» (www.tours.ru); туристический портал Turizm.ru. Было отмечено, что развитие современных информационных технологий значительно отразилось и на развитии туристического бизнеса г. Саратова. Появились первые туристические порталы нашего города, благодаря которым повысилась степень осведомленности саратовского туриста о спектре предоставляемых в городе туристических услуг. Было проведено пилотажное исследование, которое заключалось в анализе саратовских туристических порталов и корпоративных сайтов ведущих туристических организаций нашего города.

Во втором параграфе «Цели и задачи создания ресурса. Определение целевой аудитории» определяется основная целевая аудитория будущего сайта - это женщины и мужчины в возрасте от 15 - 50 лет, которым необходимо найти всю необходимую информацию о туризме в Саратовской области. Примерное время суток посещения данного сайта в интервале от 12.00 до 22.00, но это не является точным временем.

В третьем параграфе «Логическое проектирование ресурса и определение особенностей контента» характеризуются предполагаемые разделы проектируемого сайта. Установлено, что дизайн сайта будет отличаться оригинальностью, поскольку будет разработан индивидуально, шаблонный вариант применяться не будет. Основное содержание

располагается в центральной информационной зоне и содержит текстовый блок с заголовками, ссылками, графическими материалами.

В четвертом параграфе **«Выбор инструментальных средств разработки ресурса»** проводится оценка различных способов создания web-ресурсов, из которого CMS Joomla была признана наиболее подходящей системой. Были разработаны макеты страниц, навигационная схема, схема взаимосвязей, диаграмма вариантов использования страниц. Выполнение концептуального проектирования ресурса позволяет перейти к физической реализации ресурса.

В третьей главе происходит описание реализации ресурса, его наполнения, хостинга, тестирование, анализ статистических данных работы ресурса и определяются возможные результаты работы ресурса.

В первом параграфе **«Физическое проектирование и наполнение контентом ресурса»** определено, что страницы всех разделов сайта формируются программным путем на основании информации из базы данных на сервере.

Для создания информационного ресурса культурного учреждения была выбрана блочная структура, состоящая из четырех основных блоков:

- шапка сайта «header» – это блок, который расположен в самой верхней части Интернет-ресурса, имеет неизменный вид и положение на всех страницах информационного ресурса, а также включает в себя логотип, меню и фото учреждения;

- меню сайта – это блок, который содержит основные пункты меню Интернет-ресурса, ссылки на другие страницы информационного ресурса.

- блок контента – это блок, который располагается в центре структуры сайта. В нем будет размещаться основная информация об организации. В зависимости от посещенной страницы сайта пользователем, данный блок будет изменять свое содержимое.

В данном параграфе был разработан Интернет-ресурс «Путешествия по Саратовской земле». Также рассматриваются вопросы хостинга и

эксплуатации ресурса. Физическое проектирование и реализацию ресурса можно считать оконченными, что позволяет перейти к тестированию ресурса.

Во втором параграфе «Тестирование, статистика и ожидаемые результаты работы ресурса» делается вывод, что ресурс «Путешествия по Саратовской земле» является довольно стабильным и работоспособным сайтом, с наименьшими показателями ошибок и отказов, карта переходов и просмотров - средней глубины, это означает, что пользователи не покидают ресурс сразу, а совершают несколько переходов по страницам. Пользовательские показатели довольно оптимистичны и говорят о том что сайт уже обретает определенную популярность у возможного туриста.

Если говорить о целях продвижения ресурса, то можно выделить следующие: формирование позитивного мнения-имиджа Саратовской области как региона пригодного для туризма, формирование туристического бренд-образа Саратовской области, поддержка и содействие развитию туристических маршрутов и тур. предложений по Саратовской области, формирование «местной моды» на туристические направления внутри области (определенные города или объекты), информационная поддержка потенциального туриста, формирование маркетинговых Интернет-каналов продвижения области на туристских рынках.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Маркетинг фактически стал философией и идеологией рыночной деятельности. Последние десятилетия характеризуются тем, что маркетинг занял место ведущей концепции управления и в некоммерческом секторе развитых стран.

Интернет-маркетинг хорош тем, что даёт возможность провести максимально точные подсчеты. Владелец сайта или модератор отслеживает статистику покупок, перемещений пользователей по сайту. Специальные инструменты позволяют определить, сколько человек в единицу времени посещает сайт, на какие ссылки кликают чаще всего. Полученная таким образом информация используется для разработки рекламной кампании, повышения популярности сайта. Интернет-маркетинг – это наука, от успешного развития которой зависят результаты ведения деятельности по продвижению и сбыту.

В данной выпускной квалификационной работе проведено исследование по использованию сети Интернет в качестве инструмента маркетинга региона.

В первой части работы происходило теоретическое изучение понятия Интернет-маркетинга, его инструментов, особенностей использования в туризме и при продвижении на отраслевых рынках брендов регионов. Можно сделать вывод, что Интернет-маркетинг – это инновационный и результативный инструмент, обладающий необычайной гибкостью, широтой возможностей, множеством конкретных инструментов и может быть применен в практически любой предметной области. Далее был произведен анализ Интернет-ресурсов, формирующих имидж Саратовской области в плане развития туризма. Анализ показал, что все рассмотренные сайты, в том числе официальный ресурс Министерства по молодежной политике, спорту и туризму – располагают отдельными разрозненными данными по туристическому, культурно-историческому и природно-рекреационному

потенциалу Саратовской области. Не один из ресурсов не представляет полной картины туристического потенциала области и не формирует единое имиджево-брендовое представление. На основании этого анализа было вынесено решение по созданию специального web-ресурса для единого и комплексного продвижения Саратовской области на туристическом рынке посредством сети Интернет. Для этой цели был проведен анализ туристического потенциала Саратовской области и определение перспектив и возможностей по развитию туризма.

На основании данных первой главы во второй главе проводилось концептуальное проектирование будущего ресурса «Путешествия по Саратовской земле». Был рассмотрен опыт других крупных Интернет-порталов по продвижению туризма и путешествий, на основании чего были определены приоритетные цели и задачи по созданию ресурса, определена пользовательская аудитория. На основании целеполагания ресурса – были разработаны схема взаимодействия, навигации и поведения ресурса, определены особенности контента и произведен анализ методов разработки web-сайтов, из которого CMS Joomla была признана наиболее подходящей системой.

Следующим этапом становится физическая реализация ресурса. в третьей главе описан контент и особенности разработки ресурса «Путешествия по Саратовской земле», ресурс отличается выверенным и оригинальным дизайном, быстродействием и эстетической привлекательностью. Наполнение ресурса происходило постранично, в качестве контента выступили: текстовые данные, фотоматериалы, видеоматериалы, гипертекстовые ссылки на другие ресурсы, флэш-элементы (календарь событий, динамичные фотогалереи). Далее рассмотрены особенности хостинга и эксплуатации ресурса.

Завершающим этапом стало тестирование работы и сбор статистики по ресурсу. Разработанный ресурс показал хорошие результаты, что подтвердило

его работоспособность, производительность, эргономичность, якорный интерес. Были определены цели работы ресурса.

Интернет-ресурс «Путешествия по Саратовской земле» является законченным и цельным проектным решением в рамках данной работы, но за ними работа над ресурсом может быть продолжена в виде: перенесения его на другую платформу (еще более быстродейственную), провести SEO-оптимизацию, провести рекламную кампанию по распространению ресурса, разработать версию сайта для мобильных устройств, произвести добавление динамического контента, произвести капитализацию сайта посредством создания рекламных площадок и на вырученные деньги провести крупные кампании по вирусному Интернет-маркетингу, создание англоязычной версии ресурса, создание версий ресурса с увеличенными шрифтами и оптимизацией цветов для пользователей со зрительными дефектами, создать новые страницы по турфирмам или средствам размещения, разместить формы возможного он-лайн бронирования гостиниц и он-лайн покупки туров по Саратовской области, создать сопутствующие мобильные приложения к ресурсу для устройств на мобильных платформах андроид и айос.