

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

КРИВЕНКО ЕЛИЗАВЕТА СЕРГЕЕВНА

**РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЕКТА В СФЕРЕ
ТУРИЗМА**

автореферат бакалаврской работы

направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
юридического факультета

Саратов, 2025 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, к.филол.н., доцент Додыченко Е.А.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность работы. В современном мире рынок услуг перенасыщен и компаниям нужно продумывать, как выделиться на фоне конкурентов. Для этого им важно создавать и поддерживать уникальные продукты или услуги, разрабатывать эффективные коммуникационные стратегии, привлекать и удерживать клиентов, следить за тенденциями рынка и быстро реагировать на изменения, вызовы среды, формировать целенаправленную модель работы с целевыми аудиториями в условиях ограниченных ресурсов. Все это обуславливает активное распространение принципов проектной деятельности на сферу производства. Грамотное планирование и анализ рисков позволяют предвидеть возможные проблемы и разработать стратегии их предотвращения или минимизации.

Особенно заметен прирост компаний в сфере туризма и количество путешествующих по России людей. Это связано с несколькими факторами, включая увеличение доступности транспортных услуг, развитие цифровых технологий, которые облегчают процесс планирования поездок, а также рост интереса к культурному обмену и новым впечатлениям. Именно поэтому данная сфера пользуется популярностью не только у путешественников, но и у бизнесменов, так как туризм – это одна из самых быстрорастущих отраслей экономики, включающая в себя разные направления: гостиничное, автобусные и авиаперевозки, экскурсионные услуги, ресторанный бизнес и другие. В связи с этим многие руководители компаний задумываются о необходимости создать коммуникационный проект, чтобы с его помощью отстроиться от конкурентов, расширить целевую аудиторию и сохранять свои позиции в сфере туризма. Все это и обуславливает актуальность темы бакалаврской работы.

Цель – разработать коммуникационный проект для туристической компании ООО «Золотая вязь» и предложить рекомендации по его внедрению.

Основными задачами для достижения цели являются:

- изучить специфику коммуникационной деятельности в сфере туризма;

- рассмотреть этапы разработки коммуникационных проектов в сфере туризма;
- собрать, систематизировать и обработать цифровой и теоретический материал по использованию коммуникационных проектов в туристических компаниях;
- проанализировать коммуникационную деятельность исследуемой компании;
- разработать коммуникационный проект для туристической компании ООО «Золотая вязь»;
- сформулировать рекомендации по внедрению коммуникационного проекта в деятельность ООО «Золотая вязь».

Структура исследования состоит из двух глав. В первой главе были рассмотрены специфика коммуникационной деятельности в сфере туризма, этапы разработки коммуникационного проекта, его значение для продвижения компании, а также примеры реализации уникальных проектов по всему миру, которые пользуются популярностью потребителей за счет своей неповторимости и правильно выстроенной коммуникационной стратегии с потребителями и партнерами.

Во второй главе работы были проведены аналитические исследования коммуникативной деятельности туристической компании, рассмотрены ее сильные и слабые стороны для того, чтобы уметь соответствующе выделяться в конкурентной среде, а также реализовалась разработка первого туристического маршрута в России, посвященного исключению цифровых технологий и познания себя, своих эмоций через природу, сессии с психологами и экстрим. Была рассчитана его стоимость и найдена точка безубыточности, необходимая для того, чтобы предприятие компенсировала свои затраты и начало получать прибыль. Также были представлены рекомендации для внедрения и продвижения коммуникационного проекта, который поспособствует повышению осведомленности среди потребителей, повышения имиджа компании и разработаны буклеты, видео для ознакомления с новым туром.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе «Теоретико-методологические основы исследования коммуникационного проекта в сфере туризма» рассматривается анализ использования эффективности коммуникационных проектов в бизнесе. Изучение специфики коммуникационной деятельности в сфере туризма является важным аспектом для эффективного привлечения и обслуживания туристов. Оно позволяет понять особенности общения с разными аудиториями, адаптировать под них сообщения и использовать эффективные каналы связи, что способствует укреплению имиджа туристической компании и развитию туристической отрасли в целом.

При создании коммуникативных стратегий очень важно правильно составить сообщение, которое хотим передать аудитории. Но прежде, чем передавать его, необходимо поставить цель маркетинговой коммуникации. Без нее любые усилия по продвижению бренда могут оказаться бессмысленными и неэффективными. Правильно определенная цель позволяют не только лучше понять потребности своей аудитории, но и на основе этого выстраивать грамотные коммуникации, которые приводят к желаемым результатам. Целью может быть: продвижение бренда на рынке, увеличение и стабилизация объема продаж, повышение узнаваемости бренда, тестирование и запуск нового продукта, изучение целевой аудитории.

Для того, чтобы достичь данные цели, необходимо использовать инструменты маркетинговых коммуникаций, такие как реклама, связи с общественностью, личные продажи, брендинг, прямой маркетинг и программа лояльности. Они играют ключевую роль в современных бизнес стратегиях, позволяя эффективно взаимодействовать с клиентами и адаптироваться к динамичным условиям рынка.

Но не смотря на это, с активным развитием рыночных отношений наблюдается острая конкуренция, в связи, с чем успех компании в значительной степени зависит от уникальности ее товаров и услуг по

сравнению с предложениями конкурентов, а так же от уровня осведомленности потребителей о данной компании, ее товарах или услугах. По этой причине многие лидеры туристических компаний рассматривают возможность разработки коммуникационного проекта, который позволит им выделиться на фоне конкурентов.

Проект – это любое целенаправленное нововведение (инновация) как в технологическом, так и в социальном измерении. Существует несколько видов проектов: информационный, исследовательский, практико-ориентированный, творческий, социальный и коммуникационный.

Именно коммуникационный проект очень часто используется бизнесами, так как только продуманная система действий, состоящая из современных технологий рекламы, маркетинга и PR, способна привести к достижению целей и решению существующих коммуникационных проблем компании.

Каждый проект состоит из этапов, которые очень важно соблюдать. Изначально необходимо поставить цель проекта и наиболее эффективным методом для этого является использование SMART-подхода. Далее нужно определить классификацию проекта, провести анализ конкурентов и создать SWOT-анализ для выявления сильных и слабых сторон компании, чтобы отличаться от других организаций. Также для создания коммуникационного проекта важно знать портрет своей целевой аудитории, который поможет создать уникальное торговое предложение и сильный бренд.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что работать и приносить результаты будет только тот коммуникационный проект, который разработан согласно всем прописанным этапам. Только комплексный подход и своевременная реакция на изменения в мире бизнеса и продвижения, будет способствовать развитию туристической компании и ее устойчивости на рынке.

В главе для наглядности описаны примеры использования коммуникационных проектов в России и за рубежом, а также проанализирована их коммуникационная деятельность с потребителями, способы продвижения.

Исходя из них, можно сделать вывод, что в наш век информационных технологий очень важно создавать качественный контент и уметь выстраивать коммуникацию с клиентами и работниками. Сфера туризма развивается в разных странах и все перечисленные выше туры характеризуются своей уникальностью, что и отличает их от конкурентов. К тому же, адаптация к быстро меняющимся трендам и предпочтениям клиентов становится ключевым фактором для успешного ведения бизнеса. Использование современных технологий, таких как цифровые платформы для бронирования, социальные сети для взаимодействия и персонализированный подход в маркетинге, помогает туристическим компаниям не только привлекать новых клиентов, но и удерживать существующих. Важно также учитывать экологические и культурные аспекты, предлагая ответственные и устойчивые решения, которые будут учитывать интересы местных сообществ и окружающей среды. В конечном счете, успешное развитие в сфере туризма требует комплексного подхода, где качество контента и коммуникация играют первостепенную роль.

Вторая глава «Стратегии разработки коммуникационного проекта для туристической компании» посвящена анализу и созданию коммуникационного проекта на примере туристической компании ООО «Золотая вязь». Рассмотрена информация по компании ООО «Золотая вязь», её маркетинговых стратегиях и удобств для клиентов. Для разработки коммуникационного проекта был проведен SWOT-анализ, где были выявлены сильные и слабые стороны компании, а также возможности и угрозы. Учитывая их, анализ конкурентов, новый брендинг и знание целевой аудитории, был разработан новый, уникальный туристический маршрут «Цифровой детокс», который основан на возможности полностью отключиться от гаджетов и цифровой жизни. В условиях постоянного информационного шума и цифровой зависимости подобные поездки позволяют восстановить внутреннее равновесие, улучшить качество сна, повысить уровень концентрации. Просто насладиться моментами настоящего присутствия.

Туристический маршрут «Цифровой детокс» продолжительностью 8 дней/ 6 ночей по территории России.

Для туристического маршрута были выбраны города Северо-Кавказского Федерального округа: Пятигорск, Домбай, Приэльбрусье, Кисловодск и Махачкала. Отправной точкой туристического маршрута является Саратов, который обладает значительным логистическим потенциалом.

Целевая категория рассчитана на молодежь, потребителей среднего возраста (от 28 до 50 лет), семьи с детьми, с уровнем дохода средним и выше среднего, а также для людей, увлекающихся спортом, самопознанием, психологией и медитациями. Дети принимаются с сопровождением одного взрослого с 6 лет, согласно пункту 9 постановления Правительства РФ от 13 декабря 2013 года №1177.

Целями и задачами культурно-познавательного тура по Северо-Кавказскому Федеральному округу являются:

- получение новой информации о представленных объектах;
- посещение уникальных мест;
- знакомство с культурой и бытом населения;
- изучение своего внутреннего состояния;
- перезагрузка без цифровых технологий.

Для лучшего анализа созданного туристического маршрута предлагается рассмотреть характеристики тура, его элементов и параметров.

- тематика тура – культурно-развлекательный тур, направленный на изучение природы Кавказа, проведение времени с близкими и изучение своих эмоций и потребностей.
- протяженность маршрута (не включая дорогу Саратов – Пятигорск – Саратов) – 1240 км
- форма организации путешествия: групповой культурно-познавательный тур на 18 человек;

- наиболее привлекательный период года для тура с мая по сентябрь, так как в это время наиболее оптимальный температурный режим;
- наличие объектов показа и достопримечательностей на маршруте:
 - Дуккинские озера: Рыбка, Аркасарское, сказка Кавказа;
 - ущелье Джилы-Су;
 - поляна Эммануэля;
 - Эльбрус;
 - Дигорское ущелье;
 - Таймазинские водопады;
 - Алагирское ущелье.
- способы передвижения: железнодорожный, автобусный, пеший, водный;
- уровень комфортности достаточно высокий: переезд осуществляется железнодорожным транспортом до места начала туристической программы, далее автобусным транспортом туристического класса по всей территории маршрута. Предоставляется вся необходимая путевая информация.
- уровень безопасности высокий, в соответствии с требованиями организации подобных туристических маршрутов;
- стоимость путевки на одного взрослого человека 59 635 рублей;
- предполагаемый срок окупаемости разработанного проекта 4 месяца.

Программа тура «Цифровой детокс»:

1 день.

10:30 – Встреча группы на железнодорожном вокзале города Саратова с табличкой «Золотая Вязь, Кавказ». Местное время.

Выдача индивидуальных железнодорожных билетов или посадка в поезд по групповому билету. В комплект к билетам входит подробная памятка с контактными данными экскурсовода, а также подробная программа предстоящего тура.

11:30 – отправление поезда из Саратова в Пятигорск.

2 день.

12:00 – прибытие поезда в Пятигорск.

12:00 – 13:30 – обед в кафе города Форма 072. Питание не входит в стоимость тура.

13:30 – 18:00 – трансфер от Пятигорска до Архыза (223 км). Обзорная экскурсия по городу, где туристы могут насладиться живописными горными пейзажами. По пути организована остановка на фотосессии у живописных панорамных площадок, а также возможность приобрести местные сувениры. На протяжении всего тура работают фотограф и видеограф, которые помогут создавать красивый контент для социальных сетей.

18:00 – 18:30 – заселение в гостиницу Ski Resort (номера с удобствами, завтрак включен).

18:30 – 21:00 – ужин, знакомство друг с другом.

3 день.

8:00 – 9:00 – завтрак в гостинице Ski Resort и освобождение номеров.

9:00 – 10:00 – трансфер до Дуккинских озер (21 км).

10:00 – прибытие на Дуккинские озера. Жемчужинами Горной Карачаево-Черкессии являются 3 лазурных озера:

- Рыбка – самое маленькое и первое озеро, встречающее путешественников на высоте 2380 метров. Если посмотреть на озеро сверху, то можно увидеть, что оно в форме рыбки.
- Аркасарское – находится на уровне 2500 метров и имеет овальную форму. Чистая бирюзовая вода, обрамленная хребтом Аркасара и зарослями рододендрона.
- сказка Кавказа – самое красивое озеро, которое располагается на высоте 2600 метров и отрывает вид на долину.

10:00 – 17:00 – пешая обзорная экскурсия по озерам и обед. Общая протяженность маршрута – 9 км. Экскурсовод расскажет о озерах, как они

появились, вид сверху, чтобы посмотреть на форму. Туристы смогут сделать фотографии с фотографом, снять видео, а также остановиться на обед.

17:00 – 18:00 – катание на сап-бордах по озеру. Создание контента. (Возможность для всех желающих увлекательного и живописного приключения на воде. Кристально чистое озеро, лазурная вода и природа вокруг создадут атмосферу гармонии и спокойствия, позволят полностью расслабиться, а также станут идеальным местом для создания красивых фотографий и видео с квадрокоптера.)

18:00 – 21:00 – трансфер до Кисловодска (197 км).

21:00 – 22:00 – ужин в кафе Колорит, где можно познакомиться с кавказской кухней и попробовать национальные блюда – это настоящая гастрономическая экскурсия в богатый мир вкусов и традиций. Каждый заказ – это не только блюдо, но и возможность погрузиться в культуру региона: услышать национальные мелодии, увидеть богатое украшение интерьера и пообщаться с официантами, которые расскажут о происхождении каждого блюда.

22:00 – заселение в отель Старый Замок.

4 день.

8:00 – 9:00 – завтрак в отеле Старый замок и освобождение номеров.

9:00 – 11:00 – трансфер в ущелье Джилы-Су (84 км). Одна из самых знаменитых дорог, так как предлагает потрясающие виды на Кавказские вершины, долины и ущелья.

11:00 – 14:00 – купание в горячих источниках. Джилы-Су – сосредоточие горячих источников, обладающих лечебным эффектом, шумные водопады, озера, древние менгиры и мегалитические фигуры. Туристы могут попробовать маломинерализованную, кремнистую, радоновую и насыщенную железом воду, а также искупаться в 14 источниках, каждый из которых улучшает состояние при определенной болезни.

14:00 – 15:00 – трансфер до поляны Эммануэля (16 км). Поляна находится на северном склоне на высоте 2500 метров, возле которой протекает река Кызылкол. В ее окрестностях можно найти грибообразные скалы, серебряный источник, памятник генералу Эммануэлю (русский генерал, который руководил экспедицией покорения Эльбруса), а также водопад Султан, падающий с высоты 40 метров.

15:00 – 16:00 – обед.

16:00 – 19:00 – сессия с психологом. Уникальное преимущество тура дает возможность туристам не только узнать новые регионы, но а также познакомиться со внутренним собой и обсудить с психологом такие темы, как выгорание, ощущение своих эмоций, внутренней силы и освобождение от негативных мыслей. Каждый желающий может задавать вопросы, проработать личные проблемы. В процессе сессии будут использоваться различные методы – дыхательные упражнения, медитации, методы когнитивно-поведенческой терапии для того, чтобы помочь лучше понять себя и обрести внутреннюю гармонию.

19:00 – 20:00 – установление палаток с видом на Эльбрус – это не только часть тура, но и возможность увидеть как засыпает и просыпается природа. Сначала посмотрим на звездное небо, а далее будем наблюдать как утренний рассвет окрашивает вершины гор в золотистые оттенки, как поют птицы.

20:00 – 22:00 – ужин.

5 день

8:00 – 9:00 – завтрак.

9:00 – 11:00 – заселение в кемпинг Терскол.

11:00 – 11:30 – трансфер до канатной дороги (4 км).

11:30 – 13:30 – канатная дорога на Эльбрус. Маршрут состоит из трех участков. Можно подняться на высоту 3000 м., 3500 м., 3800 метров. Первые две части канатной дороги выполнены в виде современных и надежных

гондольных кабинок, рассчитанные на 6-8 человек. Последние 300 метров нужно преодолеть до станции "Мир".

13:30 – 14:30 – катание на снегоходах на вершине Эльбруса. Адреналин является важным и нужным гормоном и источником энергии, поэтому сегодня отправимся кататься на снегоходах на вершине Эльбруса, создадим красивые фотографии и удивим всех снегом летом.

15:00 – 17:00 – обед, можно самостоятельно посетить кафе, купить сувениры.

17:00 – 18:00 – трансфер до кемпинга Терскол (4 км).

18:00 – 19:00 – установка палаток.

19:00 – 22:00 – ужин, совместное время за настольными играми, гитарой и костром.

6 день,

8:00 – 9:00 – завтрак и выезд с кемпинга Терскол.

9:00 – 13:00 – трансфер до Северной Осетии, Дигорское ущелье (225 км). Край водопадов с реликтовыми лесами, альпийскими лугами и бурлящей горной рекой Урух.

13:00 – 14:00 – заселение на базу отдыха Порог Неба.

14:00 – 15:00 – обед.

15:00 – 17:00 – водопады Три сестры. Сердцем ущелья считается горный массив Таймази, опоясывающий тремя Таймазинскими водопадами, которые называли «Тремя сестрами». Эта достопримечательность названа в честь трех легендарных сестер Седановых, которые в период персидского нашествия носили продовольствие защитникам осажденного селения. В результате их казни, по преданию, они были преобразованы в изумительные водопады.

17:00 – 19:00 – Конная прогулка по живописным местам.

19:00 – 20:00 – ужин

7 день

8:00 – 9:00 – завтрак.

9:00 – 11:00 – трансфер до Алагирского ущелья(106 км).

11:00 – 13:00 – пешая прогулка по ущелью, ввремя которой можно насладиться разнообразием природы, увидеть старинные горные поселения и большое количество древних памятников (святилища, оборонительные и жилые башни).

13:00 – 15:00 – пикник. Эстетичный пикник, как на красивых фотографиях в социальных сетях, фотосессия.

15:00 – 16:00 – полет на парашуте. Это уникальный опыт насладиться захватывающими видами: горными вершинами, зелеными долинами с высоты птичьего полета.

16:00 – 18:00 – трансфер до базы отдыха Порог Неба.

18:00 – 20:00 – сессия с психологом.

20:00 – 22:00 – ужин.

8 день

10:00 – 12:00 – завтрак в отеле и освобождение номеров.

12:30 – 15:30 – трансфер до Пятигорска (189 км).

15:30 – прибытие на вокзал, город Пятигорск.

Выдача индивидуальных железнодорожных билетов или посадка в поезд по групповому билету. В комплект к билетам входит подробная памятка с контактными данными экскурсовода, а также подробная программа предстоящего тура.

16:15 – отправление поезда из Пятигорска в Саратов.

В стоимость тура входит:

- железнодорожные билеты Саратов – Пятигорск и обратно;
- трансфер на группу с железнодорожного вокзала города Пятигорска и обратно, а также все перемещения в рамках запланированного маршрута;
- проживание в отелях (3 ночи) в двухместном номере категории стандарт;

- питание – завтраки;
- экскурсионное обслуживание по программе;
- катание на сап-бордах;
- коллективные сессии с психологом;
- один подъем и один спуск по канатной дороге на Эльбрусе;
- конная прогулка;
- пикник в горах;
- сопровождение представителем туроператора;
- сопровождение фотографа и видеографа на протяжении всего тура;
- страховка при проезде в транспорте.

Возможные доплаты:

- медицинская страховка – 300 рублей/человек.
- все передвижения вне запланированного маршрута и личные покупки;
- обеды и ужины;
- полет на параплане;
- катание на снегоходах.

Также для развития компании, достижения цели необходимо продвижение, которое представляет собой важный аспект современной маркетинговой деятельности, обусловленный высоким уровнем конкуренции в отрасли и постоянными изменениями в предпочтениях потребителей.

Для эффективного продвижения компании и её услуг могут быть использованы различные стратегии. Некоторые из них могут включать в себя:

1. Целенаправленное использование СМИ:

- распространение пресс-релизов о новых туристических маршрутах, специальных предложениях и мероприятиях;
- участие в интервью и публикация статей экспертов о путешествиях, туристических трендах и рекомендациях;

- публикация материалов известных туристических изданиях и онлайн-платформах для привлечения широкой аудитории.

2. Активное присутствие в социальных сетях:

- создание интересного контента – фото и видеоотчеты путешествий, советы для поездок, отзывы клиентов;
- взаимодействие с пользователями – ответы на комментарии, проведение опросов и конкурсов;
- проведение рекламных кампаний для продвижения туров, специальных предложений и акций.

3. Использование мессенджеров для коммуникации с потенциальными клиентами:

- создание ботов для быстрого предоставления информации о турах, ценах и условиях;
- рассылка персонализированных сообщений с предложениями, напоминаниями о бронировании и актуальными акциями.

4. Развитие сайта:

- оптимизация сайта для поисковых систем для видимости по туристическим запросам;
- создание информативного и удобного сайта с подробными описаниями туров, фото- и видеогалереями, отзывами клиентов и возможностью онлайн-бронирования.

1. Создание и продвижение мобильного приложения:

- разработка удобного приложения для поиска туров, бронирования, получения информации;
- обеспечение комфортного доступа к услугам компании через мобильные устройства для увеличения уровня вовлеченности клиентов.

2. Транзитная реклама:

- внутренняя реклама в общественном транспорте.

3. Печатная реклама:

- печать листовок с информацией о туристическом продукте и размещение их в офисах и других заведениях.

Эффективное сочетание этих стратегий, а также регулярный анализ результатов и их корректировка помогут компании успешно продвигать себя на рынке и достичь поставленной цели.

Благодаря решению ряда задач, была достигнута цель выпускной квалификационной работы, изучено влияние правильно разработанного коммуникационного проекта на создание уникального тура и его продвижения на туристическом рынке.