

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

**БЛОГ-ТУРЫ В ПОВЫШЕНИИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКОЙ
ДЕСТИНАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы

направления 43.03.02 – Туризм

Института истории и международных отношений
наименование факультета, института

Байдушевой Алсу Тулигеновны
фамилия, имя, отчество

Научный руководитель

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

подпись, дата

О. В. Королева
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

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

подпись, дата

Т. В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2023

Введение. Разнообразные средства массовой информации всецело определяют нашу жизнь. СМИ не только является агентом вторичной социализации человека, но и частью нашей повседневности. Отношение к блогингу, одному из направлений творческой деятельности на просторах сети Интернет, двояко. С одной стороны, блогеры являются частью повседневной жизни населения. Особой популярностью они пользуются у возрастной категории 14-30 лет. Пользователи информационно-коммуникативных технологий имеют возможность проживать дни через экран телефона вместе в любимым блогерами. С другой стороны, блогинг и его деятели имеют огромное влияние на свою аудиторию. Результатом трансляции тех образов, которые предлагает медийная персона, становится воздействие на чувства, эмоции, желания и уклад жизни зрителей.

Чаще всего, блогеры транслируют повседневную жизнь, которая состоит в том числе и из путешествий. Дестинации, которые демонстрируются по ту сторону экрана, на подсознательном уровне становятся знакомыми для пользователя.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы объясняется тем, что блог-тур является на сегодняшний день один из наиболее перспективных направлений для популяризации конкретных туристических объектов. Все чаще регионы Российской Федерации, используют именно этот формат продвижения для привлечения потока туристов.

Целью выпускной квалификационной работы стало изучение влияния блог-туров на повышение привлекательности туристских дестинаций и возможностей использования этого способа для популяризации Саратовской области в частности.

Исходя из цели были определены следующие задачи выпускной квалификационной работы:

1. рассмотреть блог-туры как потребительский тренд в развитии туризма;
2. изучить отечественные практики блог-туров;
3. выявить особенности организации блог-туров;

4. собрать информацию о туристской идентичности Саратовской области, уникальности и креативных возможностей для путешествий блогеров;
5. изучить ресурсы Саратовской области для проведения блог-тура;
6. составить программу блог-тура;
7. провести калькуляцию блог-тура «Саратов – взгляни по-новому».

Новизна работы заключается в том, что сам исследуемый объект стал активно развиваться только несколько лет назад. Научная литература, посвященная данной проблематике, связана с туристическим направлением, но не учитывает специфики Саратовской области. Одной из привлеченных работ стала статья «Специфика трэвел-журналистики в блогосфере» Паниковской М.А.¹, в которой автор поднимает вопрос особенностей ведения туристического блога через каналы в популярных социальных сетях. Еще одной работой стала статья Кривцова Н.В.². «Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы»; это единственная статья, посвящённая не особенностям данного направления, а проблемам, которые сопряжены с деятельностью блогинга на туристическую тематику. Показаньева И.В.³. описала нюансы ведения туристического блога в статье «Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства».

Несмотря на низкий уровень изученности вопроса, данное направление вызывает живой интерес не только у пользователей Интернета, но и у законодательной и исполнительной власти Российской Федерации. При

¹ Паниковская, М.А. Специфика трэвел-журналистики в блогосфере [Электронный ресурс] / М.А. Паниковская // Медиасреда [Электронный ресурс]. – 2016. – №11. – С.85-91. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-trevel-zhurnalistiki-v-blogosfere> (дата обращения: 15.04.2022). - Загл. с экрана. – Яз. рус.

² Кривцов, Н.В. Трэвел-журналистика: специфика направления и его проблемы [Электронный ресурс] / Н.В. Кривцов // Вопросы теории и практики журналистики [Электронный ресурс]. – 2017. – №3. – С.347-365. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trevel-zhurnalistika-spetsifika-napravleniya-i-ego-problemy> (дата обращения: 10.12.2022). - Загл. с экрана. – Яз. рус.

³ Показаньева, И.В. Проблемное поле трэвел-журналистики как явления современного медиапространства [Электронный ресурс] / И.В. Показаньева // Медиаскоп [Электронный ресурс]. – 2013. – №3. – С. 5. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemnoe-pole-trevel-zhurnalistiki-kak-yavleniya-sovremennogo-mediaprostranstva> (дата обращения: 15.11.2022). - Загл. с экрана. – Яз. рус.

поддержке Государственной Думы РФ был реализован проект «Блог-туры «Путешествуем по России» в пилотных регионах. Результаты данной программы были высоко оценены, отсюда следует то, что проект будет воплощаться в жизнь и дальше.

Молодежный парламент при Государственной Думе обнародовал результаты данного проекта: охват пользователей по просмотрам материалов проекта составил около 70 млн. человек.

Проект направлен на развитие внутреннего туризма, популяризацию природных, исторических и культурных объектов, памятных мест регионов России. В проекте принимают участие разные регионы страны, блогеры, инфлюенсеры, отобранные на конкурсной основе.

Исследования по данной проблематике весьма немногочисленные ввиду относительной молодости самого туристического направления блог-тура, что определяет новизну постановки проблемы.

Методами исследования стали: анализ и синтез, моделирование блог-тура, сравнение разнообразных туристических объектов и их деятельности по привлечению потребителей услуг, аналогия, сбор информации, изучение данных по деятельности компаний и туристических объектов.

Практическая значимость данной работы обуславливается тем, что готовый разработанный тур можно использовать для популяризации отдыха в Саратовской области среди граждан нашего государства и его гостей.

Во введении раскрыты актуальность, сформулированы цель, задачи и гипотеза исследования, показаны научная новизна, положения, выносимые на защиту, а также теоретическая и практическая значимость работы.

Основное содержание работы. В первой главе «Блог-туры в развитии и продвижении туризма в условиях растущей конкуренции между российскими дестинациями» посвящена теоретическим аспектам, связанными с объектом исследования. В параграфе «Блог-туры как потребительский тренд в развитии туризма», представлены предпосылки и причины активного развития блог-туров.

Блог-туры – явление, насчитывающее около десяти лет. Раньше в блог-туры возили сразу и представителей медиасферы, и турагентов. Сейчас это редкость. Стало понятно, что это неэффективно. Для хорошей рекламы нужна жизнь, и сам блогер должен быть в кадре. Зрители должны видеть, как блогер себя ощущает в данной дестинации.

Блог-тур – единственный тур, где важно не столько ощущение и восприятие потребителя услуги, сколько тех, кто будет пользоваться услугами данной дестинации впоследствии – подписчиков блогера. Отсюда вытекает, что составлять программу туров, в первую очередь, нужно не для блогеров, а для их аудитории. Главная цель тура – привлечь аудиторию в ту или иную точку мира в качестве туристов.

Способ ведения блогов характеризует платформу, на которой блогеры выкладывают свои материалы. Определилось, что самой популярной площадкой для ведения трэвел-блогов является канал Youtube. Видео способно передать наиболее полно и многогранно весь спектр красок, который так важен в освещении такой темы, как путешествие.

По способам путешествия трэвел-блоги делятся на «использующие необычные способы путешествовать», т.е. специализированные и «предпочитающие общественный пассажирский транспорт» или неспециализированные. «Специализированным» способом передвижения является – автостоп и все его виды (передвижение на попутных железнодорожных поездах; передвижение на попутных кораблях, катерах и паромках; перелет на попутных самолетах и вертолетах и др. воздушных транспортных средствах), передвижение на велосипедах, мопедах, передвижение на определенном транспорте (например, автор блога путешествует только на автомобиле).

В основном у блогеров нет четких сценариев программ, которым они бы следовали, поэтому рубрики на их каналах и сайтах нужны в основном для того, чтобы структурировать поток информации. Те блоги, у которых отсутствует

рубрикация или она не понятна интуитивно, значительно уступают в легкости просмотров публикаций и обращению к ранее опубликованным материалам.

Практически все авторы предпочитают путешествовать как внутри страны, так и за ее пределами, но путешествия за границей в гораздо большем приоритете. Почему-то внутренний туризм не имеет большой популярности, хотя представляется перспективным для тематического развития трэвел-блогов. Ведь Россия богата живописными местами, и развитие внутреннего туризма является перспективным направлением развития экономики страны.

Во втором параграфе первой главы «Отечественные практики проведения блог-туров», представлены успешные практики блог-туров, которые проводились на территории страны.

В России в последнее время большое внимание уделяется организации блог-туров. Один из таких проект «Путешествуем по России» преследует именно эту цель — развитие внутреннего туризма в России. По шести регионам проехали 60 блогеров (по 10 в каждом), после чего в каждом регионе составлены новые туристические маршруты, уже для всех желающих повторить это приключение и добавить в него что-то свое.

В 2021 году был создан проект «Медиаразведка» – блог-тур, в рамках которого блогеры открывают для себя самые разные регионы России и другие страны, знакомятся с их важнейшими достопримечательностями, необычными вариантами досуга и локальной кухней. Все программы составляются представителями туристических компаний, опытными гидами и трэвел-экспертами, при этом участники могут порекомендовать включить в них что-то новое и неочевидное — то, что сами давно мечтали увидеть или испытать.

Итогом таких поездок становятся не только яркие, искренние, полные эмоций статьи, посты в соцсетях и фотографии, но и оценка туристического потенциала регионов представителями профессионального медиасообщества.

По окончании блог-тура каждый регион получает развернутый аналитический отчет с конструктивными советами, которые помогут в

совершенствовании имеющихся и создании новых предложений для путешественников.

В третьем параграфе первой главы «Особенности организации блог-туров», представлена специфика организации блог-туров.

Блог-тур — это туристское и экскурсионное направление блогинга. Блогер путешествует по стране, городу или территории компании и рассказывает обо всем происходящем в реальном времени или уже в виде отчета после своего путешествия. Рассказы о своем путешествии блогер записывает на камеру, делает фотографии или путевые заметки, все зависит от его ресурсов и возможностей. Блогер получает интересную информацию и возможность сделать увлекательный репортаж для своих подписчиков, а дестинация – продвижение туризма. Отличительной особенностью организации блог-тура является его продолжительность. В среднем он занимает 2-3 дня, в течение которого блогеры знакомятся с регионом, его достопримечательностями и делятся всем со своей аудиторией.

В ходе создание блог-тура можно работать как с одним туристическим направлением, так и делать упор на комбинированных туризм, что позволит показать регион или отдельную дестинацию с разных сторон.

Несмотря на сложность организации блог-тура и проведение такой предварительной трудоемкой работы, как отбор блогеров и взаимодействие с ними, важно понимать, что данный формат работы – один из наиболее эффективных способов привлечения туристов на конкретные дестинации.

Продвижение туристской дестинации через блогинг имеет ряд преимуществ в сравнении с продвижением через другие каналы: от относительно невысокой стоимости, до широкого охвата целевой аудитории.

Вторая глава «Туристская идентичность Саратовской области: поиск идентичности, уникальности и креативных возможностей для путешествий блогеров» посвящен анализу туристического потенциала области и тех мест, которые могут использоваться в качестве локаций при работе блогеров.

Саратовская область, рассматриваемая в выпускной квалификационной работе, является популярным туристическим направлением в нише внутреннего туризма, однако, блог-туры на территории субъекта практически не проводятся. Причины этого явления, скорее всего, связаны с тем, что продвижению и рекламе региона отводится не так много времени и средств.

Саратовская область, обладая высоким рекреационным и культурно-познавательным потенциалом, может стать привлекательным туристским регионом, если создать интересный, эксклюзивный турпродукт. Именно поэтому необходимо привлекать блогеров к продвижению туризма в регионе.

Третья глава «Проектирование блог – тура на территории Саратовской области» посвящена проектированию блог-тура в указанном субъекте Российской Федерации. В ходе работы над данной главой был составлен тур, целью которого стало освящение достопримечательностей Саратова и ближайших территории и привлечения потенциальных туристов.

Программа рассчитана на 3 дня/2 ночи и отличается высокой интенсивностью. Во время путешествия блогеры и представители туристической индустрии ознакомятся с основными достопримечательностями города Саратова, попробуют местную кухню, прогуляются по новой набережной. К тому же у них будет возможность прокатиться на байдарках по жемчужине Саратовской области – Волге, отдохнуть в молодежных местах Саратова.

Тур круглогодичный. Некоторые активности в несезон будут заменены на другой вид отдыха.

В первый день блогеры отправятся на экскурсию на электрических самокатах, ознакомятся с основными достопримечательностями города. Затем пообедают в необычном месте, которое объединило несколько ресторанов. Гастродвор как туннель между двух улиц, интересный антураж, электронное меню все очень удобно, позвать официанта можно через интернет. На столах

наклеен QR-код, по которому делается заказ. Удобная система заказа и быстрое приготовление.

Проживание будет в самой известной гостинице Саратов – «Словакия».

Затем для блогеров будет проведен мастер-класс по обжарке и приготовлению кофе по-саратовски. ». В ходе мастер- класса, блогеры смогут познать особенности приготовления и употребления кофе. Будет проведена дегустация разных сортов кофе.

Вечером будет развлекательная программа, вечеринка в гастробаре «Воск». Блогеры смогут отдохнуть, повеселиться и потанцевать прямо на берегу волги. Гости города увидят Саратов совсем в ином свете.

Во второй день туристы отправятся в «Парк покорителей космоса». Здесь их ожидает экскурсионная программа по территории мемориально-образовательного комплекса. Блогеры узнают об истории отечественно космонавтики и о первом полете человека в космос.

Затем будет экскурсия в Саратовский лимонарий. Здесь можно увидеть, как растет кофе, фейхоа, мирт, маракуйя, пассифлора, бересклет, муррайя и прочие представители тропической флоры.

Вечером блогеры отправятся в сплав по реке Волга, встретят закат и увидят иллюминацию города со стороны.

Ужин состоится в ресторане «Soho», где можно попробовать местную кухню.

На третий день происходит отъезд блогеров

В рамках выпускной квалификационной работы описана программа тура «Саратов – взгляни по-новому», составлена технологическая карта туристского маршрута и проведена калькуляция тура. Предварительные расчёты показали, что при вложении 207 тысяч рублей на реализацию данного тура, регион получить рекламу от блогеров с суммарным охватом более 1 млн. человек. Это не гарантирует резкого роста туристов в дестинцию, но позволит популяризировать область на внутреннем рынке.

Заключение. В работе были исследованы блог-туры и их роль в повышении привлекательности туристской дестинации (на примере Саратовской области). Анализ туристской идентичности региона говорит том, что регион обладает всеми необходимыми ресурсами для привлечения блогеров.

Об эффективности блог-туров можно судить на примере успешных отечественных практик. Результаты проведения туров, говорят о том, что при небольших затратах на организацию, можно получить большой охват аудитории и повысить привлекательность дестинации.

Блог-туры пользуются большой популярностью в России и имеют высокий спрос, практически в каждом регионе России в последнее время были организованы блог-туры. Их результат превзошел все ожидания организаторов, так как был увеличен турпоток в регион.

Таким образом, можно прийти к выводу, что блог-туры повышают привлекательность туристской дестинации, блогеры восполняют потребность в новых знаниях, рассказывая о разных культурах, о достопримечательностях и о том, что происходит в других регионах. Блог – тур играет важную роль в продвижении дестинации, так как может стимулировать путешествия.

Итогом написания данной работы стал готовый туристический продукт, который может использоваться как потенциальными туристами, так и различными организациями для привлечения новых туристов в регион и популяризации внутреннего направления.

Цель выпускной квалификационной работы была достигнута. Был проведен анализ влияния блог-туров на повышение привлекательности туристских дестинаций, в результате которого стало ясно, что блогинг играет большую роль в процессе привлечения туристов и заменяет привычные способы продвижения туристской дестинации.

Для достижения цели были рассмотрены блог-туры как потребительский тренд в развитии туризма, изучены отечественные практики блог-туров.

Собранная информация о туристской идентичности Саратовской области и ее уникальности показала, что у региона есть потенциал для развития туризма через блог-туры.

В рамках выпускной квалификационной работы был разработан тур, ориентированный на блогеров, поскольку туристы при выборе места своего отдыха, все чаще ориентируются на своих кумиров-блогеров. Включение в программу тура экскурсий, новых объектов показа, а также различных тематических мероприятий и мест их проведения, позволяет создать более массовый и привлекательный турпродукт с наиболее полным использованием туристского потенциала Саратовской области.

Тур спроектирован для блогеров, молодых людей в возрасте от 18-35 лет. Тур круглогодичный рассчитан на 3 дня/2 ночи.

В рамках выпускной квалификационной работы описана программа тура «Саратов – взгляни по-новому», составлена технологическая карта туристского маршрута и проведена калькуляция тура. Предварительные расчёты показали, что при вложении 207 тысяч рублей на реализацию данного тура, регион получить рекламу от блогеров с суммарным охватом более 1 млн. человек. Это не гарантирует резкого роста туристов в дестинацию, но позволит популяризировать область на внутреннем рынке.

Саратовская область уникальная в плане путешествий, много красивых и живописных мест, которые могут привлекать туристов, но проблема в малой информационной просвещенности. Организация блог-туров может способствовать популяризации региона как туристской дестинации. Саратовская область может перенять опыт других регионов и поучаствовать в проекте «Путешествуем по России», который позволит привлечь известных блогеров со всей страны, которые в свою очередь, смогут новым взглядом увидеть всю уникальность региона.

Таким образом, блог-туры в будущем будут только набирать популярность. Эта область блогов, которая привлекает многих людей, представляя информацию для всех желающих, куда бы они ни захотели поехать.

Предполагается, что цифровой туристический контент станет неотъемлемой частью нашей жизни в ближайшие годы, и организация блог-туров, сыграет в этом ключевую роль.