

Секция «Актуальные тенденции развития институтов регионального и муниципального управления в России»

## Анализ и текущее развитие туристического бренда Тульской области

*Зайцева Александра Сергеевна*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра регионального и муниципального управления, Москва, Россия

*E-mail: sasha-hare@mail.ru*

В условиях возрастающей конкуренции между территориями за ресурсы, актуальными инструментами продвижения являются территориальный маркетинг и геобрендинг. Геобренд - это сложный комплекс уникальных свойств конкретной территории, сформированный стихийно или целенаправленно, которые выделяют ее среди других подобных территории, привлекают дополнительные ресурсы и определяют конкурентные позиции данной территории [Логунцова 2014, 1]. Анализ практики применения геобрендинга рассматривается на примере Тульской области в следующих аспектах: позиционирование и продвижение территории для туристов и туристического бизнеса, динамика туристического потока, заполняемость средств размещения и привлеченное финансирование. Новизна исследования состоит в комплексном исследовании бренда региона, а также в составлении рекомендаций по дальнейшему развитию геобренда области. Источниковую базу исследования составляет официальная статистика и научные публикации по изучаемой теме.

Актуальность развития туристической отрасли в России подтверждается действующей федеральной государственной программой «Развитие туризма» до 2030 года с утверждённым финансированием 724 млрд. руб., национальным проектом «Туризм и индустрия гостеприимства», федеральными конкурсами и грантами на развитие туристической инфраструктуры и брендов территорий. На региональном уровне, правительством Тульской области разработана стратегия развития туризма до 2035 года (далее - Стратегия), одной из задач которой является «развитие существующих и создание условий для формирования новых региональных турпродуктов на основе культурно-исторического и природного потенциала региона, их брендинг, продвижение и капитализация» [2].

В рамках развития туристического бренда Тульской области и для повышения уровня доступности информации о туристических возможностях региона, в 2019 году было разработано мобильное приложение «VisitTula» и в мае 2021 году запущен сервис «Travel Inspirator Tula» в виде цифрового путеводителя. Путеводитель вошел в подборку журнала National Geographic Traveller, что является эффективным каналом продвижения среди целевой аудитории путешественников. Туристическая карта Тулы в формате дополненной реальности получила престижную премию «Лучшая туристическая карта региона» на всероссийской туристической премии «Маршрут года». Также в 2022 году Тула стала победителем премии Russian Traveller Awards по направлениям продвижения событийного бренда региона. Успешный событийный маркетинг является, в том числе, показателем возвратности туристов в регион, то есть лояльности аудитории.

Большим шагом в продвижении Тульской области стала реализация одного из главных конкурентных преимуществ региона - приграничного положения с Московской областью. В 2021 году Тула официально вошла в состав Большого Золотого кольца России и в национальный проект «Императорский маршрут». Это поможет расширить сеть туристических маршрутов по региону, объединить рекреационные ресурсы с соседними субъектами, а также осуществить кобрендинг с другими сильными брендами.

Важным составляющим туристического бренда территории является качество и доступность средств размещения для туристов. В рамках развития регионального туризма, Тульской областью запущен сервис «Земля для туризма», который предусматривает региональную помощь: от стадии получения участка (упрощенное предоставления земли без торгов) до субсидий и налоговых льгот. Это позволило Туле завоевать национальную гостиничную премию от крупнейшей отраслевой ассоциации как «Лучший город для ведения гостиничного бизнеса».

Расширенные меры по поддержке отрасли привели к росту количества туристов в регион [3]. (Изображение 1).

Рост туристического потока оказал положительную динамику на заполняемость средств размещения в регионе (+35% в 2021 году) и на посещаемость музеев (+20% в 2021 году) [4].

Успехи региона в увеличении туристического потока связаны в, том числе, и с деятельностью по развитию территориального бренда региона. Эта деятельность включает в себя также различные инициативы на федеральном уровне. В 2022 году Тула приняла участие во всероссийской конференции по брендингу. Также город вошел в число городов-победителей конкурса по созданию туристического кода, что является частью деятельности по разработке визуального бренда Тулы. Федеральное финансирование в размере 215 млн. руб. позволит улучшить символику и облик городских культурных объектов [4].

Приведенный анализ показал, что принимаемые меры по развитию туризма, а также использование инструментов геобрендинга, связанных с продвижением позитивного имиджа региона, привели к росту туристического потока в Тульскую область (+7-8% ежегодно). Многочисленные награды и достижения вносят существенный вклад в поддержку геобренда области. Важность брендинга региона также подтверждается в официальной Стратегией области.

Рекомендациями по дальнейшему позиционированию и продвижению геобренда региона являются интерактивная реклама в социальных сетях сервисов VisitTula и виртуальной карты с использованием современных методов вовлечения аудитории (конкурсы, флешмобы и др.), продвижение гастрономических брендов (тульский пряник, тульский самовар) вне области, а также проведение событий для целевых аудиторий Тульской области (фестивали, эко-мероприятия, концерты). Указанные меры в дополнение к текущей Стратегии позволят повысить популярность и узнаваемость геобренда среди внешних и внутренних туристов.

### Источники и литература

- 1) Логунцова Ирина Вячеславовна Каналы коммуникации и инструменты продвижения в геобрендинге // Коммуникология. 2017. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kanaly-kommunikatsii-i-instrumenty-prodvizheniya-v-geobrendinge> (дата обращения: 10.02.2023).
- 2) Оценка туристского потока. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения 10.02.2023).
- 3) Постановление Правительства Тульской области «Об утверждении Стратегии развития туризма на территории Тульской области на период до 2035 года».
- 4) Туристический портал Тульской области. URL: <https://visittula.com> (дата обращения 09.02.2023).

### Иллюстрации

Изображение 1. Динамика туристического потока Тульской области

Год	2019	2020	2021	2022
Количество туристов (млн. чел.)	1,007	1,13	1,4	1,5

Рис. : Динамика туристического потока Тульской области