

УДК: 332.14

***ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
АГЕНТСТВА ПО ТУРИЗМУ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ***

Большакова В.Е.

*Студент 4 курса, ф-т международного туризма, спорта и гостиничного
бизнеса,*

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
РФ, г. Москва*

Аннотация. Основной идеей исследования является выявление особенностей маркетинговой деятельности Агентства по туризму Ярославской области с целью совершенствования маркетинга региона для дальнейшего увеличения турпотока и повышения туристской привлекательности. В ходе исследования были определены основные проблемы маркетинговой деятельности Агентства, такие как недостаточно продуманное оформление ежегодного календаря туристских событий, неудобная навигация по туристскому интернет-порталу, нехватка кадров. Решение данных проблем повысит эффективность маркетинга региона и увеличит долю финансовых поступлений от туризма в региональный бюджет. Значимость исследования обоснована тем, что его материалы могут использовать туристские администрации других регионов с целью совершенствования маркетинговой деятельности.

Ключевые слова: регион, маркетинг, агентство, продвижение, туризм, эффективность.

***THE MARKETING ACTIVITY FEATURES OF THE TOURISM
AGENCY OF THE YAROSLAVL REGION***

Bolshakova V.E.

*4-th year student, faculty of international tourism, sports and hotel business,
Financial university under the Government of the Russian Federation,*

Russia, Moscow

Annotation. The main idea of the study is to identify the characteristics of the marketing activities of the Agency for Tourism of the Yaroslavl Region in order to improve the marketing of the region to further increase the tourist flow and increase the tourist attractiveness. The study identified the main problems of the Agency's marketing activities, such as the insufficient design of the annual calendar of tourist events, inconvenient navigation through the tourist Internet portal, and the lack of personnel. Solving these problems will increase the marketing efficiency of the region and will increase the share of financial income from tourism in the regional budget. The significance of the study is justified by the fact that its materials can be used by tourist administrations of other regions in order to improve marketing activities.

Key words: region, marketing, agency, promotion, tourism, efficiency.

Для того, чтобы способствовать развитию такого вида экономической деятельности как туризм, власти региона Ярославской области создали Агентство по туризму Ярославской области. На протяжении последних трех лет Агентство помогает устраивать и проводить различные туристские мероприятия, способствующие привлечению туристов в регион Ярославской области, проводит опросы, исследования, занимается организацией пресс-туров и промо-туров. За последние 3 года было проведено более 600 мероприятий, к которым относятся как фестивали, так и праздники, спортивно-развлекательные события, а также другие мероприятия, которые привлекают туристов в регион. [1] Практически все мероприятия, проводимые для местного населения и туристов, посещающих Ярославскую область, размещаются на сайте Агентства. Это могут быть как ежегодные мероприятия, приуроченные к определенным датам, так и мероприятия, проводимые однократно. [2] Однако, напомним, что мероприятия, которые проводятся в

регионе для местного населения и гостей региона – это всего лишь один из пунктов маркетинговой деятельности Агентства. Но начать следует именно с этого пункта, так как в сфере туризма региона он является определяющим.

В период с 2015 по 2018 годы в Ярославской области было проведено 645 мероприятий, которые были, впоследствии, размещены на интернет-портале Агентства по туризму Ярославской области. Многие из этих мероприятий являются ежегодными и многозначительными для Ярославской области. К примеру, такие мероприятия как “День Медведя”, так же известный как “Комоедица”, или же фестиваль “Рыбинская рыбалка” являются уже традиционными и ежегодно проводимыми в Ярославской области. Также существуют мероприятия, которые приурочены к какой-либо дате, к примеру, празднование Дня Победы, Праздника Весны и Труда или же Масленицы, причем каждый город или район сам придумывает как обыграть данное мероприятие. Еще одним типом мероприятий, проводимых в данном регионе, являются спортивно-развлекательные мероприятия, которые тоже уже стали традиционными в этом регионе.[3] Примерами таких мероприятий могут служить такие фестивали, как “Зимние забавы” в Угличе, всероссийский велофестиваль “Угличская верста” и Традиционный Деминский лыжный марафон WORLDLOPPET. Все эти мероприятия являются посещаемыми как местными жителями, так и приезжающими в регион туристами. Из этого можно сделать вывод, что помимо культурно-познавательного вида туризма на территории Ярославской области также хорошо развит и событийный туризм.

Еще одним маркетинговым мероприятием Агентства по туризму Ярославской области является разработка интернет портала данного Агентства и создание официального туристского интернет-портала Ярославской области, а также туристского интернет-портала города Ярославля. На данных порталах потенциальные туристы могут найти множество интересующей их информации, узнать интересные факты из

истории региона, посмотреть список основных достопримечательностей и событий, проводимых в регионе и увидеть свежие новости. К примеру, на портале Агентства по туризму Ярославской области выложен подробный календарный план мероприятий, как прошедших за последние 3 года, так и запланированных на текущий год. К сожалению, в маркетинговой деятельности, которая связана с информационными технологиями, Ярославской области все еще достаточное количество несовершенств. Портал Агентства по туризму Ярославской области до сих пор не оптимизирован для мобильных устройств и работает довольно медленно, а также не все ссылки, которые представлены на этом портале открываются надлежащим образом. [4] Навигация по portalу довольно запутанная, и не каждый продвинутый пользователь может быстро разобраться с ней.

Также Агентство по туризму Ярославской области помогает организовывать пресс-туры, как для российских средств массовой информации и блогеров, так и для иностранных журналистов. Туры такого рода помогают освещать малоизвестные мероприятия и служат хорошим маркетинговым ходом для привлечения туристов. Например, к 1000-летию Ярославля (2010 год) был приурочен пресс-тур для иностранных журналистов из Японии, Китая, США, Норвегии, Франции, ФРГ, Кубы, Румынии, Польши, Эстонии, ОАЭ и Украины, и организован он был с помощью тогда неорганизованного Департамента Культуры Ярославской области, из которого впоследствии, в 2013 году, выделилось Агентство по туризму Ярославской области.

Агентство по туризму Ярославской области также способствует развитию детского туризма в регионе.[5] Существует «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий», который является бюджетным учреждением осуществляет следующие виды деятельности:

- образовательная деятельность посредством реализации дополнительных общеразвивающих программ;
- медицинская деятельность в части работ;
- методическая и консультационная деятельность;
- деятельность по организации отдыха детей;
- деятельность по организации общественно-значимых мероприятий;
- деятельность по сопровождению программ и проектов в образовательной сфере.

Также был разработан календарный план туристских мероприятий, который выложен на сайте Агентства. На сегодняшний день наличие такого рода календаря у региона крайне важно, так как в эру информационных технологий туристы хотят получать информацию о запланированных мероприятиях заранее и быстро. Именно поэтому наличие этого календарного плана является значительным плюсом для региона. Данный календарь размещен на официальном портале Агентства по туризму ярославской области в виде интернет-страницы и открывается на всех мобильных устройствах и персональных компьютерах. Но если сравнить вышеупомянутый календарный план с туристским событийным календарем, который подготовил Департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы, то можно выявить некоторые недостатки:

- ярославский календарный план не дает информацию о стоимости входного билета на мероприятие;
- ярославский календарный план не содержит никаких фотографий, которые могут охарактеризовать данное мероприятие;
- в ярославском календарном плане мероприятий нет разделения мероприятий по типу событий (фестивали, выставки,

концерты, спортивные мероприятия, профессиональные выставки и форумы);

- ярославский календарный план мероприятий не содержит возрастных ограничений, которые могут быть у мероприятия;
- оформление ярославского календарного плана мероприятий очень сильно проигрывает по сравнению с событийным календарем, подготовленным вышеупомянутым московским Департаментом.

Нельзя не упомянуть о том, что Агентство по туризму Ярославской области способствует проведению еженедельно обновляющихся мини-опросов населения и туристов, которые размещаются на общем Портале органов государственной власти Ярославской области, но видны на всех его страницах.

Этот опрос прост и понятен, и рассчитан на то, что людям будет приятно понимать, что их мнение небезразлично органам государственной власти, а его основной целью является выяснение мнения населения о проводимых регионом мероприятиях.

Довольно значимым маркетинговым мероприятием, проведенным Агентством по туризму Ярославской области является проведение SWOT-анализа развития туризма в Ярославской области. Данный анализ, проводимый в 2015-2018 годах, помог определить сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы развития данной сферы экономической деятельности в регионе, что позволило определить основные болевые точки туризма в Ярославской области и понять на какие области туризма нужно обратить особое внимание. Так же SWOT-анализа развития туризма в Ярославской области являлся основанием для плана мероприятий, которые предлагались для реализации Стратегии развития туризма в Ярославской области. Стоит упомянуть, что наличие такого вида стратегии у региона уже является значительным плюсом, так как она позволяет поэтапно и

последовательно развивать туризм. Во многих регионах нашей страны такой стратегии до сих пор не существует.

Еще одной проблемой в сфере маркетинговой деятельности Ярославской области как туристского региона является недостаточно высокий уровень ориентации на потребности пользователей туристских услуг и относительное отсутствие эффективной связи с субъектами туристской отрасли и непосредственными потребителями туристских услуг. При отсутствии этой связи региональным властям тяжело в достаточной мере координировать действия производителей туристских услуг, а также контролировать качество производимых туристских услуг.

Вышеупомянутая проблема может быть косвенно связана с такой проблемой, как недостаточное количество персонала, трудящегося в Агентстве по туризму Ярославской области. В данном агентстве трудятся всего 15 человек, включая руководителя и его заместителя, а в отделе Маркетинга и продвижения туристского продукта всего 5 человек. Для того, чтобы туризм в таком большом регионе развивался динамично, и маркетинговая деятельность была организована на высоком уровне, региону необходимо набрать в Агентство как можно большее количество молодых и толковых специалистов, которые бы сделали упор на разработку новых маркетинговых программ развития данного региона, что привело бы к повышению уровня развития туризма в регионе, что, в свою очередь, привлекло бы большее количество туристов.

Наряду со SWOT-анализом развития туризма в регионе, необходимо проводить еще и PEST-анализ. Он необходим для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые влияют на развития туризма в регионе (Таблица 1).

Таблица 1. PEST-анализ развития туризма в регионе

Факторы, которые осуществляют благоприятное влияние	Факторы, которые осуществляют неблагоприятное влияние
Политико-правовые	
Повышение стандартов качества управления	Сокращение иностранного турпотока в связи с неблагоприятной политической обстановкой
Наличие у региона Стратегии развития туризма Ярославской области	
Поддержка развития туризма региональными властями	
+3	-1
Экономические	
Большое количество бюджетных выделений на развитие туризма в регионе	Малая численность работников в сфере туризма Ярославской области
Большое количество предпринимателей, желающих развивать туристскую сферу в регионе	
Отсутствие на управляющих должностях молодых специалистов	-
Девальвация национальной валюты	-
+4	-1
Социальные	
Высокое качество человеческих ресурсов	Дифференциация доходов
-	Сокращение покупательной способности
-	Инфляция
+1	-3
Технологические	
Информатизация региона, переход на новые технологии	Дополнительные расходы
+1	-1
В целом	
+9	-6

Следует отметить, что согласно приведенной оценке, влияние факторов внешней среды Ярославской области является благоприятной, поскольку суммарное позитивное влияние факторов внешней среды (+9) превышает суммарное негативное влияние факторов внешней среды (- 6).

Таким образом, можно сделать вывод, что маркетинговая деятельность Агентства по туризму Ярославской области является достаточно

эффективной, однако требует совершенствования. В первую очередь необходимо решить проблемы, упомянутые в данном исследовании: привлечь специалистов, которую смогут сделать туристский портал удобным в использовании, доработать календарь событий и привлечь новые профессиональные кадры. Кроме того, Агентство должно обновить маркетинговую стратегию и добавить в нее такой эффективный на сегодняшний день маркетинговый инструмент как SMM-продвижение.

Библиографический список:

1. Овчинников В.Н., Колесников Ю.С., Кетова Н.П. Модернизация пространственной организации экономики российских регионов: Учебное пособие / В.Н. Овчинников, Ю.С. Колесников, Н.П. Кетова. - Ростов н/Д: Изд-во «Содействие-XXI век», 2014. - С. 100.
2. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий. — СПб.: Питер, 2006. — 416 с.
3. Стыцок Р.Ю., Артемьева О.А., Рожков И.В. Методологические аспекты ресурсного обеспечения развития туризма в регионах, монография – Архангельск: Архангельский институт открытого образования, 2014. С. 230
4. Официальный портал города Ярославля, [Электронный ресурс]. URL: <http://city-yaroslavl.ru/economics/investpassport/wkpages/population.aspx> (дата обращения: 29.04.2019).
5. Официальный сайт «Центр детского и юношеского туризма и экскурсий», [Электронный ресурс]. URL: <http://turist.edu.yar.ru/>(дата обращения: 29.04.2019).

Оригинальность 94%