

Секция «Экономическая, социальная, политическая география и туризм»

Роль геобренда Республики Саха (Якутия) в развитии регионального туризма

Научный руководитель – Петухова Александра Афанасьевна

Большакова Сайына Николаевна

Студент (бакалавр)

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова, Институт языков и культуры народов Северо-Востока РФ, Кафедра Социально-культурный сервис и туризм, Якутск, Россия
E-mail: saina5467@gmail.com

Развитие туризма способствует повышению конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности территории, стимулирует развитие смежных секторов экономики, поэтому становится одним из наиболее перспективных и актуальных направлений развития народного хозяйства. Начиная же с 2000-х годов, с развитием индустрии туризма неразрывно связывают такое понятие как «геобренд». Он становится мощным средством привлечения большего количества туристов в условиях быстроменяющегося туристского рынка, из-за которых возрастает конкуренция территорий за разнообразные ресурсы и туристский поток.

Общемировые кризисные явления 2008 года и современная ситуация показывают необходимость развития в Российской Федерации альтернативных, непроектных форм развития экономики, в том числе, отрасли туризма. Это особенно актуально для ее самой большой административной единицы - Республики Саха (Якутия), в виду ее климатических и географических характеристик. Правительство республики в долгосрочной программе развития региона уже определило туристскую отрасль приоритетной и проводит целенаправленные мероприятия по продвижению туризма Якутии на мировом рынке, используя современные средства и методы.

Целью данной статьи является исследование характера взаимодействия геобрендов и туризма на примере Республики Саха (Якутия), в частности, при разработке региональных турпродуктов.

Основной методологической базой данного исследования выступили труды отечественных и зарубежных исследователей: Ф. Котлера [1993], Д. Хайдера [1993], И. Рейна [1993], С. Анхольта [2002], С. Девиса [2005], М. Данна [2005], Д. В. Визгалова [2011], И. В. Мальковой [2013], И. В. Логунцовой [2013], М.В. Арпентьевой [2015] и других.

Научная новизна нашей работы заключается в том, что впервые в контексте геобрендинга рассмотрены степень популярности геобрендов Республики Саха (Якутия) в поисковых системах интернета и их роль в формировании турпродуктов въездного туризма Якутии.

Для нашего исследования относительно понимания геобренда в его взаимосвязи с развитием регионального туризма, а также его особенностей в Республике Саха (Якутия) мы будем придерживаться подходов американского исследователя С. Анхольта, так как он выделяет особую роль туризма в формировании геобренда и позволяет оценить его силу через измерение уровня заинтересованности туристов в посещении территории.

В последнее время в Республике Саха (Якутия) туризму уделяется много внимания. Действительно, у Якутии имеется ряд крепких предпосылок для развития этой сферы: выгодное географическое расположение - кратчайший путь между Азией, Европой и Америкой; уникальная природа и самобытная культура народов, населяющих ее - более 220 особо охраняемых природных территорий, в том числе два объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО. Однако, социально-экономическое положение республики характеризуется слабым развитием инфраструктуры и общей дороговизной жизни населения [2].

Руководство региона видит в качестве одного из перспективных направлений роста региональной экономики развитие туризма, в частности въездного. По официальным данным [3] в сфере въездного туризма Якутии намечается рост числа туристов (прирост 73% за последние 5 лет). На сегодняшний день туристов в Якутии готовы принять 225 предприятий индустрии гостеприимства: ресторанов, гостиничных комплексов, центров отдыха, а также 12 туроператоров [3]. Одним из самых крупных туроператоров региона, занимающиеся въездным туризмом, является ООО «Визит Якутия». Также для продвижения въездного и внутреннего туризма в регионе функционирует Национальный туристско-информационный центр (ТИЦ) «Якутия».

По официальным данным у Республики Саха (Якутия) существует несколько уникальных признаков региона, идентифицируемых как бренд: «Полюс холода», «Край вечной мерзлоты», «Центр мамонтовой палеонтологии», «Алмазный край», продвигаемый ювелирной компанией «ЭПЛ Даймонда», «Ленские столбы», «Олонхо», «Ысыах», «Зима начинается с Якутии», «Уникальные художественно-стилевые особенности».

Для оценки реального состояния уникальных территориальных признаков, квалифицируемых региональными экспертами как геобренды Республики Саха (Якутия), проанализировали среднюю частоту запросов в поисковых системах интернета Google (Serpstat) и Yandex (Yandex.wordstat). Наиболее известными брендами Якутии являются пять брендов: «Якутские бриллианты «ЭПЛ Даймонд» (28 тыс. запросов в месяц), «Ленские столбы» (9 тыс.), «Зима» (6 тыс.), «Олонхо» (3,6 тыс.), «Ысыах» (1,7 тыс.).

Для анализа количества и содержания региональных туристских продуктов, продвигающих самые сильные бренды Якутии, мы исследовали контент Национального туристско-информационного центра «Якутия» и крупнейшего регионального туроператора ООО «Визит Якутия». Доля турпродуктов, в той или иной степени затрагивающих выявленные пять территориальных брендов, составляет более 86%. Наиболее часто упоминаются геобренды «Ленские столбы» (ср. знач. 10,5) и «Зима» (12,5).

Таким образом, геобренды Якутии играют заметную роль в формировании регионального турпродукта, так как являются наиболее частой его основой, имеют узнаваемость туристами и вызывают доверия к нему. Также это подкрепляется государственной поддержкой: на данный момент правительством республики стимулируется «туристско-рекреационная деятельность с реализацией разнообразных туристических программ и маршрутов, в результате которой предполагается развитие таких уникальных геобрендов, как Полюс Холода, Мамонтовые туры, Алмазные туры» [1]. Особенно выделяется среди них создающийся Всемирный музей мамонта, который будет включать в себя подземный комплекс на вечной мерзлоте, не имеющий аналогов в мире, что позволит развивать еще большую туристскую привлекательность Якутии как туристской дестинации.

Источники и литература

- 1) 1. Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2009 N 2094-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года»
- 2) 2. Постановление Правительства Республики Саха (Якутия) от 26 декабря 2016 года N 455 «О проекте стратегии социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) на период до 2030 года с определением целевого видения до 2050 года»
- 3) 3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sakha.gks.ru/folder/35786>