

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

А.В. Сапунов, канд. экон. наук, доцент

Т.А. Сапунова, канд. экон. наук, доцент

Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ
(Россия, г. Краснодар)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-4-4-119-121

Аннотация. В статье рассмотрены проблемные вопросы маркетинга территорий в сети Интернет, включающие в себя цели и группы стратегий развития, изучены такие Интернет-платформы как сайт Администрации Краснодарского края и Туристический портал Краснодарского края, их структура и функциональное значение для посетителей. На основе полученных данных, были даны практические рекомендации по совершенствованию интернет-маркетинга Краснодарского края, в частности развития туристической отрасли, а также сделаны выводы и подведены итоги исследования.

Ключевые слова: территориальный маркетинг, субъект, туризм, региональный менеджмент, инвестиции.

Ключевой задачей для формирования и реализации маркетинговой политики развития региона является создание грамотных управленческих решений, которые должны быть обоснованными и своевременными с целью повышения привлекательности административно-территориальной единицы [1].

Территориальный маркетинг функционирует для обеспечения роста популярности территории. Например, одним из методов является привлечение дополнительных инвесторов с целью реализации новых инновационных проектов.

Можно выделить следующие цели маркетинга территорий:

1. Участие определенного субъекта в реализации международных и федеральных программ.

2. Привлечение дополнительных денежных средств (инвестиций)

3. Формирование и поддержание имиджа территории, с помощью которого стимулируется деловая и социальная конкуренция.

4. Рост доли приобретения ресурсов в собственное управление для развития и модернизации территории.

Помимо этого, следует отметить группы стратегий маркетинга, которые направлены на развитие экспорта товаров и услуг, производимых в регионе, а также повыше-

ние экономических показателей в конкретных сферах деятельности:

1. Маркетинг имиджа территорий.

2. Маркетинг привлекательности (например, инвестиционной).

3. Маркетинг персонала.

4. Инфраструктурный маркетинг [2].

Маркетинг в сети Интернет является инновационной моделью управления развитием субъектов. Он расширяет возможность определенных территорий в сфере администрирования для потребителей ресурсов региона, позволяет проводить внутренний и внешний анализ изменений, способствует координации процессов менеджмента и контроллинга. Рассмотренные преимущества дают возможность региональным субъектам управления адаптироваться к условиям трансформации внешней и внутренней среды быстро и оперативно, отвечая современным целям и задачам менеджмента [3].

Национальная политика Краснодарского края стремительно развивается, лучшие муниципальные практики представлены в таких городах, как Армавир, Краснодар, Лабинск, Сочи, Анапа, Геленджик. Далее, рассмотрим и проанализируем в работе несколько примеров, представленных на официальном интернет-портале [4].

Такие города-курорты как Сочи, Анапа и Геленджик крайне привлекательны для

инвесторов, т.к. количество отдыхающих в сезонный период увеличивается ежегодно. Развитие туристической отрасли конкретно в этих городах – экономически выгодное решение, которое при реализации грамотной управленческой стратегии покроет не только расходы, но и принесет значительную сумму прибыли.

По данным сообщения, представленного губернатором Краснодарского края Вениамином Кондратьевым, в ближайшие восемь лет в регионе ожидается рост туристического потока до 22 млн. человек. Для обеспечения данной цифры, субъект должен иметь достойный уровень обслуживания, который будет привлекать отдыхающих вновь.

На данный момент, в регионе пользуются популярностью такие направления как гастрономический, сельский, познавательный и винный туризм. Дополнительно, завершилось строительство зимних пляжей, которые будут стимулировать приезд отдыхающих в не сезон, т.к. 40% отдыхающих в 2021 г. путешествовали в межсезонье. Сфера туризма становится все чаще привлекательной для инвесторов. В прошлом году инвестиционный портфель отрасли увеличился в 3,5 раза, достигнув цифры в 108 млрд. рублей. В рамках реализации данной программы развития, Краснодарский край имеет необходимые мощности и материальную поддержку, при помощи которых планируется выход туризма на новый уровень, не хуже европейских стандартов качества.

Опираясь на данную информацию, можно сделать вывод о том, что туризм в регионе является наиболее перспективным направлением для развития и повышения экономических отраслевых показателей, которые, несомненно, повлияют на валовой региональный продукт края, являясь дополнительным мотивационным фактором для привлечения инвестиционных средств.

В рамках реализации «Национальных проектов России» в сети Интернет был создан информационный ресурс в виде веб-сайта – Туристический портал Краснодарского края, с помощью которого потенциальные туристы могут изучить направления и виды отдыха в рассматриваемом ре-

гионе. Помимо этого, на сайте представлены популярные туристические объекты, которые обозначены на карте курортов Краснодарского края, при помощи которой турист может выбрать интересующий населенный пункт, узнать о его природных или культурных достопримечательностях, изучить инфраструктуру субъекта или забронировать жилье.

Таким образом, любой желающий с помощью рассмотренного информационного ресурса в сети Интернет может облегчить свою деятельность, связанную с организацией туристического досуга. Данный метод территориального маркетинга, как создание сайта соответствующей тематики, является самым эффективным, т.к. такие источники получения информации, как газеты, радио и телевидение, с каждым годом теряют свою актуальность, а в Интернете, наоборот, ежедневно увеличивается количество пользователей.

Вследствие возникновения пандемии и напряженной политической обстановки в мире, многие зарубежные курортные центры оказались недоступными для российских туристов, поэтому развитие территориального маркетинга Краснодарского края с помощью сети Интернет является наиболее актуальным видом рекламы для привлечения большего числа отдыхающих в преддверии открытия курортного сезона в 2022 г.

Помимо этого, на подобных Интернет-площадках рекомендуется проводить тематические онлайн-конференции с главами субъектов Краснодарского края, на которых будут обсуждаться вопросы, связанные с развитием и модернизацией туризма, как в отдельных направлениях, так и по региону в целом.

Каждый посетитель сайта Туристического портала Краснодарского края должен иметь возможность оставить отзыв о предоставляемых услугах, а также предложить собственную идею по оптимизации туристической деятельности.

Общий объем предоставляемых товаров и услуг в сфере туризма в 2022 г. достигнет 16 млрд. руб. Основные приморские курорты страны, располагающиеся на территории Краснодарского края следующие: Геленджик, Анапа, Сочи, Ейск, Туапсе,

Новороссийск, Тамань. На рассматриваемой территории для отдыхающих предлагаются такие виды туризма как:

1. Горный туризм, который представлен в виде различных экскурсий по местным достопримечательностям (пещерам, восхождениям на вершины и т.д.).

2. Сельский туризм включает в себя посещение объектов природного наследия, лесов и парков.

3. Этнографический туризм предполагает путешествие, в процессе которого отдыхающие имеют возможность изучить культуру и познакомиться с различными племенами и этносами.

4. Водный туризм представляет собой прохождение определенного маршрута по воде, используя в качестве транспорта лодки, байдарки и пр.

5. Велотуризм связан с прокатом велосипедов и т.д.

Количество туристов в Краснодарском крае ежегодно составляет свыше 5 млн. человек. Количество рабочих мест в данной сфере занимает все большее число жителей региона, что благоприятно влияет на динамику увеличения уровня жизни граждан.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование территориального маркетинга с помощью сети Интернет – перспективное направление для привлечения туристов. При грамотном построении стратегии регионального менеджмента, Краснодарский край ежегодно будет являться лидером по количеству отдыхающих внутри страны, т.к. курортный комплекс насчитывает свыше 400 фирм, осуществляющих свою деятельность в сфере туризма, более 1300 санаториев и домов отдыха, которые могут одновременно расположить до 220 тыс. человек.

Библиографический список

1. Сапунов А.В. Стратегическое управление экономикой региона: механизмы и технологии (на материалах Республики Адыгея). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Майкоп, 2006.

2. Агаларова Е. Г. Маркетинг как инструмент повышения туристической привлекательности территории // Молодой ученый. – 2019. – №11. – С. 259-262.

3. Васильев А.А. Муниципальное управление: понятия, термины, библиография. – Изд. 2-е, исп. и доп. – Н. Новгород: Гладкова О.В., 2018. – 304 с.

4. Сайт Администрации Краснодарского края. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://admkrain.krasnodar.ru/>

5. Туристический портал Краснодарского края. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kurortkuban.ru/>

TOPICAL ISSUES OF PROMOTING THE REGION BASED ON INTERNET MARKETING ON THE EXAMPLE OF KRASNODAR KRAI

A.V. Sapunov, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

T.A. Sapunova, *Candidate of Economic Sciences, Associate Professor*

Academy of Marketing and Socio-Information Technologies – IMSIT

(Russia, Krasnodar)

Abstract. *The article deals with problematic issues of marketing territories on the Internet, including goals and groups of development strategies, studied such Internet platforms as the website of the Administration of the Krasnodar Territory and the Tourist Portal of the Krasnodar Territory, their structure and functional significance for visitors. Based on the data obtained, practical recommendations were given to improve the Internet marketing of the Krasnodar Territory, in particular the development of the tourism industry, as well as conclusions were drawn and the results of the study were summarized.*

Keywords: *territorial marketing, subject, tourism, regional management, investment.*