

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДА КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Трошкина Анастасия Ивановна

студент, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, РФ, г. Москва

Чернышева Анна Михайловна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, РФ, г. Москва

Аннотация. Существующие на сегодняшний день условия развития Российской Федерации стали мотивом формирования, разработки и продвижения территориального брендинга, благодаря которым субъекты в долгосрочной перспективе наращивают свой социально-экономический потенциал. Вследствие развития бренда Калужской области у региона существуют значительные возможности по формированию своих сильных конкурентных преимуществ по сравнению с другими регионами. Это, в свою очередь, становится основополагающим аспектом развития Калужской области, способствуя повышению не только её инвестиционной, но и туристской привлекательности.

Ключевые слова: территориальный бренд, Калужская область, туризм, инвестиции, маркетинг территории, брендинг.

В современных условиях развития Российской Федерации эффективное формирование и продвижение территориальных брендов становится основополагающим аспектом стратегического управления субъектов. Во всемирном информационном пространстве их идентификаторами являются бренды, создание которых основывается на территориальных особенностях регионов и учитывает их будущее долгосрочное планирование [1].

Брендинг неразрывно связан с процессом повышения конкурентоспособности территорий: обладая богатым историческим наследием, природными богатствами и современной инфраструктурой, субъекты Российской Федерации имеют все предпосылки для успешного развития и продвижения своего бренда. Совершенствование имиджа региона, выстраивание в сознании горожан и гостей позитивных представлений, формирование предрасположенности, эмоциональной привязанности и повышение уровня лояльности жителей способствует успешному решению большого количества важных задач со стороны региона, направленных на сокращение оттока населения, привлечение туристов, создание благоприятного климата для предпринимательства – повышение интереса инвесторов и бизнесменов, увеличение объемов финансовой поддержки со стороны государства [2].

На сегодняшний день Калужская область представляет собой стабильно развивающийся субъект Российской Федерации с продуманной экономической стратегией и сформированной политикой, направленной на создание благоприятных условий для инвестиций и поддержку кластерного развития как одного из ключевых направлений. В настоящее время на территории региона успешно функционируют ядерные кластеры, крупные предприятия фармацевтической отрасли, автомобильной промышленности, кластеры композитных материалов, сферы IT и активно развивается направление, связанное с образовательной

деятельностью.

Однако, несмотря на реализацию программ, направленных на дальнейшее процветание региона, анализ социально-экономического развития Калужской области на основе статистических данных за 1 квартал 2023 года выявляет не только положительные факторы, но и некоторые проблемные зоны территории, представленные на рисунке 1 [3].

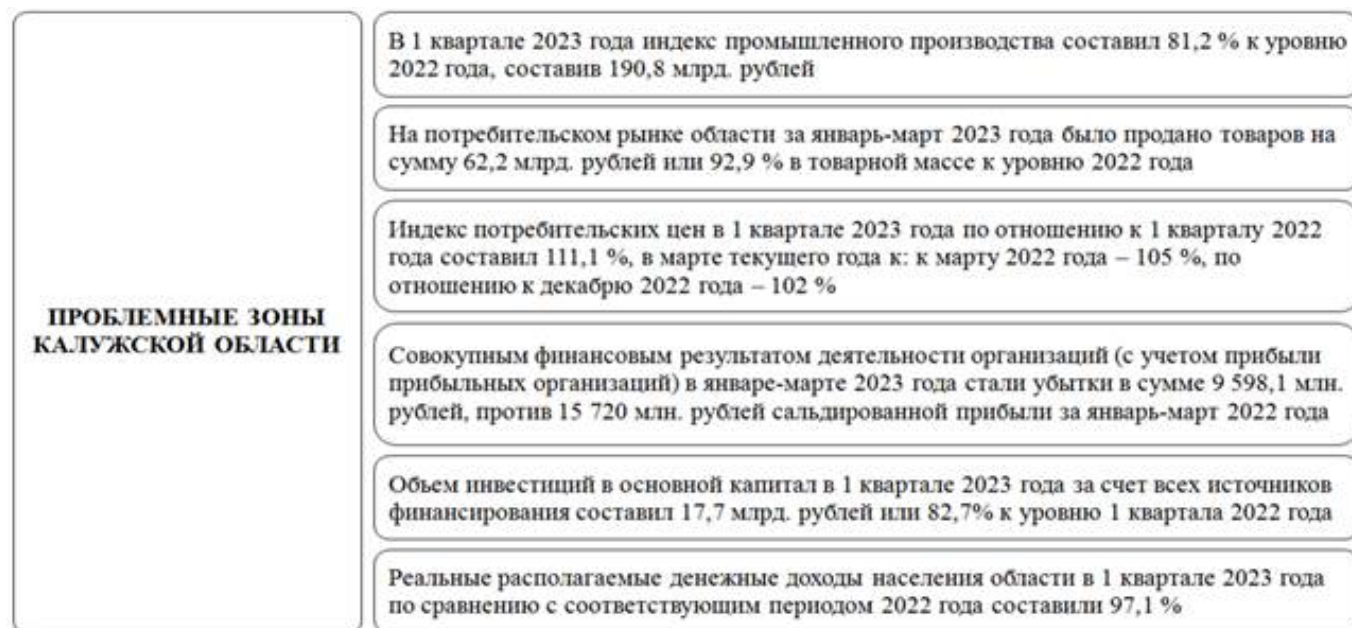


Рисунок 1. Проблемные зоны социально-экономического развития Калужской области

Основываясь на показателях объема привлечения инвестиций в основной капитал в 1 квартале 2022 и 2023 года, составивших 21,4 млрд. руб. и 17,7 млрд. руб. соответственно, можно сделать вывод, что потенциал привлечения инвестиций исчерпывается [4]. Сложившаяся на данный момент неблагоприятная ситуация для инвестиционной привлекательности региона в связи с уходом некоторых иностранных предприятий связана с нестабильной геополитической обстановкой в стране и введением санкций против Российской Федерации. Но, несмотря на отрицательные воздействия, затрагивающие инвестиционный климат Калужской области, закрытие иностранных компаний дало предпринимателям новую возможность для создания и развития различных видов деятельности, которые на сегодняшний день стремятся занять недавно освободившиеся ниши в экономике региона для улучшения своего финансового положения.

В настоящее время, опираясь на показатели социально-экономического развития Калужской области, территориальный маркетинг в качестве дополнительного варианта к промышленной деятельности рекомендует также совершенствовать сферу предоставления туристических услуг, формируя при этом единый региональный бренд.

Калужская область с многовековой историей, обычаями и традициями, а также живописной природой обладает значительным потенциалом успешного развития разнообразных видов туризма благодаря близкому расположению к Москве – столице Российской Федерации, способствующей формированию большого потока туристов, и существованию инновационных центров, обеспечивающих туристическому направлению данного субъекта конкурентные преимущества и активный рост.

На сегодняшний день в Стратегии развития туризма в Калужской области на период до 2030 года, утвержденной Постановлением Правительства Калужской области от 07.11.2022 № 842, представлены данные на 2030 год по целевым показателям реализации стратегии [5]:

- общее число туристов и экскурсантов – 3 454 412 человек;
- численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения – 939 173 человека;
- число ночевок – 2 403 972 единицы;
- номерной фонд коллективных средств размещения – 8 857 единиц.

Оценивая возможность осуществления представленных прогнозных значений туристической отрасли Калужской области, следует воспользоваться статистическими данными за прошлый 2016-2021 год в таблице 1 [5].

Таблица 1.

Развитие внутреннего и въездного туризма на территории Калужской области

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Общее число туристов и экскурсантов, тыс. чел.	2 284,5	2 451,9	2 501,4	2 502,8	1 766,6	2 713,0
Численность размещенных лиц в КСР, тыс. чел.	452,1	525,2	638,8	602,2	414,7	550,4
Число ночевок, тыс. ед.	1 596,0	1 687,4	1 914,2	2 167,9	1 170,8	1 595,0
Номерной фонд КСР, тыс. ед.	7,4	7,2	7,6	7,9	7,9	7,6

Таким образом, по данным, приведенным в таблице, и экстраполяции основных значений туристической сферы деятельности до 2030 года, можно сделать вывод, что стратегическое развитие туризма Калужской области отстает от целевых прогнозных показателей и развивается не в том темпе, который ожидался при формировании плана.

Исходя из анализа проблемных зон Калужской области, оказывающих влияние на формирование бренда региона и расширения туристических услуг, можно выделить следующие категории, представленные на рисунке 2.



Рисунок 2. Категории проблем, оказывающих влияние на формирование бренда и расширения туристических услуг в Калужской области

Таким образом, в современных условиях развития Российской Федерации и выделенных групп проблем региона можно сделать вывод, что наиболее значимым и действенным инструментом дальнейшего совершенствования Калужской области с точки зрения брендинга территорий является улучшение сферы деятельности туристической отрасли и её дальнейшее продвижение.

В настоящее время Калужская область имеет достаточно низкую узнаваемость на рынке предоставляемых ею туристических услуг, а у целевой аудитории практически отсутствуют ассоциации, объединяющие между собой Калужскую область и такие ключевые точки притяжения региона, как Оптина пустынь, арт-парк «Никола-Ленивец», этнографический парк-музей «Этномир», фестивали «Архстояние» и «Сигнал».

В связи с этим известность туристического бренда региона является одной из значимых характеристик совершенствования субъекта в современных условиях Российской Федерации, представляющей собой предпочтение Калужской области как места потенциального отдыха для целевых групп туристов, а также региона для осуществления долгосрочной инвестиционной деятельности предпринимателями. Исходя из этого, формирование единого бренда Калужской области и его продвижения входит в число значимых факторов для повышения конкурентоспособности территории.

В Постановлении Правительства Калужской области от 07.11.2022 № 842 "Об утверждении Стратегии развития туризма в Калужской области на период до 2030 года" отмечаются следующие стратегические задачи, представленные на рисунке 3 [5]:

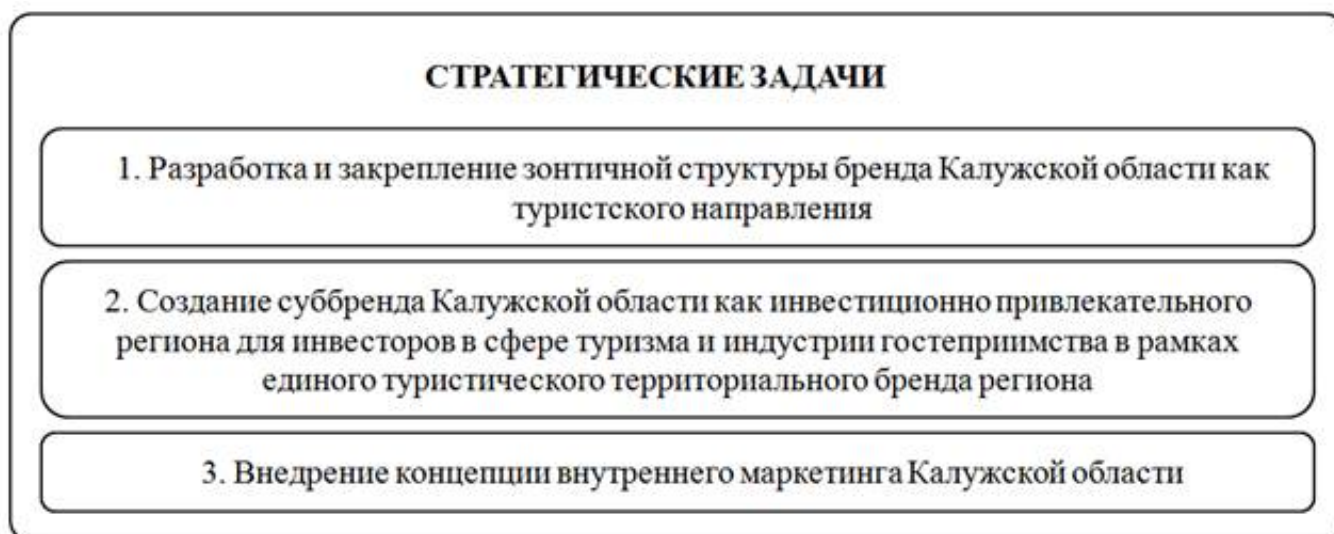


Рисунок 3. Стратегии развития туризма в Калужской области на период до 2030 года: задачи

Для реализации задач данной стратегии в рамках совершенствования территориального бренда Калужской области к основным направлениям, обладающим значительным потенциалом для развития туристического и рекреационного сектора региона благодаря живописному ландшафту, историческим достопримечательностям и разнообразному культурному наследию, можно отнести:

1. Развитие инфраструктуры туризма: оказание государственной помощи и поддержки, привлечение инвестиций в строительство новых отелей, ресторанов, развлекательных комплексов и других объектов, связанных с данной сферой деятельности, и направленных на развитие региона;
2. Развитие экологического туризма: составление маршрутов по таким уникальным природным объектам, как национальный парк "Угра", являющийся объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО, и заповедник "Калужские засеки";
3. Развитие сотрудничества с другими регионами: возможность организации совместных проектов, связанных, например, с возможностью проведения спортивных мероприятий, а также направленных на привлечение туристов;
4. Создание специальных маршрутов по историческим объектам Калужской области в рамках культурно-образовательного туризма: организация и совершенствование экскурсий по таким местам и памятникам истории и культуры, как Калужский Свято-Троицкий кафедральный собор, музей-усадьба "Полотняный завод", а также музей истории космонавтики имени К. Э. Циолковского и проведение культурных мероприятий, связанных с памяtnыми датами для данных исторических мест;
5. Развитие событийного туризма: организация и продвижение ярких, необычных и запоминающихся мероприятий, таких как фестивали «Сигнал» и «Архстояние», которые привлекают внимание туристов к Калужской области;
6. Продвижение территориального бренда в социальных сетях: создание привлекательного имиджа региона как места для туристических поездок выходного дня; активное использование современных маркетинговых инструментов для увеличения узнаваемости Калужской области для туристов из других регионов, таких как правильно сфокусированная реклама, информационные туры лидеров мнений, среди которых блогеры, журналисты и эксперты, корректно выбранные информационные поводы, а также создание групп в социальных сетях с публикацией предстоящих мероприятий и освещением культурной жизни области.

В заключение следует отметить, что территориальный бренд Калужской области в современных условиях Российской Федерации характеризуется значительными потенциальными возможностями, которые на сегодняшний день не до конца реализованы. Таким образом, если в стратегию по созданию и развитию территориального бренда будут включены новые направления реализации, то Калужская область сможет достичь значительного прогресса в формировании своей региональной идентичности и стать более привлекательным местом для жизни и работы граждан, отдыха туристов и инвестиций предпринимателей.

Список литературы:

1. Баданинская, А. А., Зюзина Н. Н. Территориальный брендинг: сущность и теоретические аспекты // Использование Big Data в официальной статистике: материалы II Всероссийской научно-исследовательской конференции. – Липецк, 2022. – С. 22.
2. Осташко, О. Ю. Бренд территории как фактор формирования конкурентных преимуществ региона // Труды БГТУ. Сер. 5, Экономика и управление. 2023. № 1 (268). – С. 102-108.
3. Калужская область в январе-марте 2023 года: тенденции экономического развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minek.admoblkaluga.ru/upload/oiv/min_ek/ekonomika/2023%20СЭР_КО_январь_март.pdf (дата обращения: 13.09.2023)
4. Лемешкина, В. Р., Митькин Г. С., Анохина Л. В. Оценка изменений инвестиционного климата Калужской области в 2022 году // Молодой ученый, Экономика и управление. 2023. № 6 (453). – С. 104-107.
5. Постановление Правительства Калужской области от 07.11.2022 № 842 "Об утверждении Стратегии развития туризма в Калужской области на период до 2030 года" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/406284482> (дата обращения: 13.09.2023)

05.10.2023)