

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ



Платонова Наталья Алексеевна,

д. э. н., профессор, проректор по научно-исследовательской работе, ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», 141220 Российская Федерация, п. Черкизово, Главная, 99

prorektor_nir@mail.ru



Вапнярская Ольга Игоревна,

к. э. н., доцент, старший научный сотрудник, ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», 141220 Российская Федерация, п. Черкизово, Главная, 99

var.olga@gmail.com



Кривошеева Татьяна Михайловна,

к. э. н., доцент, ведущий научный сотрудник, ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», 141220 Российская Федерация, п. Черкизово, Главная, 99

ktm-ipad@mail.ru

В статье описана предложенная авторами маркетинговая стратегия продвижения туристского продукта Ярославского региона, выполненная в рамках разработки стратегии развития туризма региона. Приводятся основные положения, являющиеся основой разработки стратегии. Методом бенчмаркетинга сформированы направления и мероприятия стратегии, направленные на продуктовую диверсификацию и информационную оперативную концентрацию.

Ключевые слова: туристский продукт; стратегия; маркетинг; продвижение; бренд; Ярославская область; мероприятия.

Ярославская область одна из известных туристских дестинаций России. Туристский потенциал области позволяет не только участвовать в маршруте Золотого кольца, но и предлагать отдельные аттрактивные туристские продукты россиянам и зарубежным путешественникам. Туристские ресурсы Ярославля и таких городов Ярославской области, как Углич, Мышкин, Переславль-Залесский, Ростов Великий, Тутаев, Гаврилов-Ям и др. настолько известны, что в рамках настоящей статьи нет необходимости останавливаться на их подробном описании.

Признание многими субъектами РФ туризма как приоритета их региональной экономики обусловило обострение конкуренции в этой

сфере. Конкуренции способствует и схожесть туристских потенциалов регионов Центрального федерального округа (ЦФО). При-

оритетные виды туризма, упоминаемые в стратегических документах регионов ЦФО, показаны на *рисунке 1*.

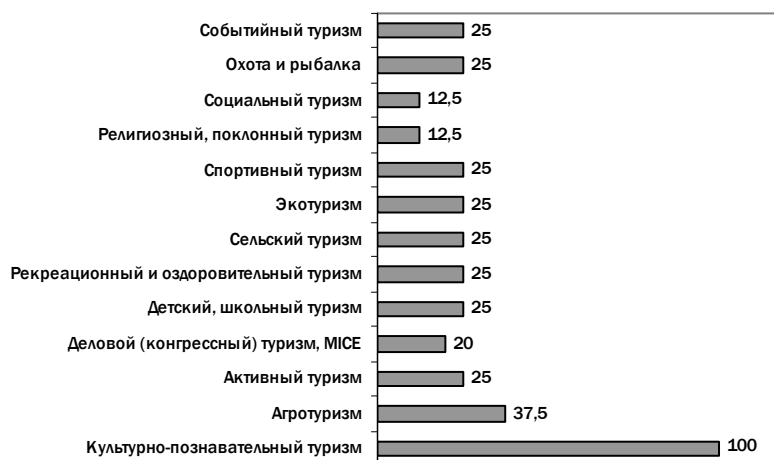


Рис. 1. Частота выбора отдельных видов туризма в качестве приоритетных в регионах ЦФО, %

Составлено авторами по данным Программ развития туризма субъектов Центрального федерального округа.