

УДК 338.48

**ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ТУРИСТСКОЙ ПОЛИТИКИ В
УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ
(НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ТАГАНРОГА)**

Узунян Р.А. студентка 3 курса

ЧОУ ВО ЮУ ИУБиП

e-mail: yzunayn@mail.ru

Научный руководитель:

К.э.н., доцент, зав. кафедрой «Экономика и ИРИ» Григорьева Н.С.

e-mail: grigorevans@mail.ru

Аннотация: Эффективной маркетинговой туристской политикой Таганрога представляется такая политика, которая обеспечит наряду с удовлетворением потребностей туристов повышение благосостояния и доходов местных жителей, что в свою очередь будет способствовать доброжелательной и гостеприимной атмосфере в городе. Предлагаемые подходы подробно представлены в статье.

Ключевые слова: туризм, стратегия, маркетинг, туристская политика, цифровая экономика.

**FORMATION OF A MARKETING TOURIST POLICY IN THE
CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY
(ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF TAGANROG)**

Uzunyan R.A. 3 year student

CHOU IN UU IUBiP

e-mail: yzunayn@mail.ru

Scientific adviser:

Ph.D., Associate Professor, Head. Department of "Economics and IRI"

Grigoryeva N.S.

e-mail: grigorevans@mail.ru

Abstract: An effective marketing tourism policy of Taganrog seems to be such a policy that, along with satisfying the needs of tourists, will provide an increase in the welfare and income of

local residents, which in turn will contribute to a welcoming and welcoming atmosphere in the city. The proposed approaches are presented in detail in the article.

Keywords: tourism, strategy, marketing, tourism policy, digital economy.

Общая концепция построения туристской политики в муниципалитете предполагает ряд мероприятий:

1. Совершенствование муниципального управления туризмом, а именно создание и определение специализированного подразделения в системе органов местного самоуправления города Таганрога, ответственного за разработку и реализацию туристской политики;

2. Активное вовлечение всех заинтересованных сторон (население города, представители некоммерческих организаций, в том числе туристских информационных центров, СМИ, научного и бизнес-сообществ) в совместный процесс и сотрудничество;

3. Мобилизация всех доступных ресурсов, в том числе финансовых: аккумуляция и использование средств, выделяемых из бюджетов всех уровней, а также средств инвесторов, механизма муниципально-частного партнерства;

4. Определение направлений, целей и задач туристской политики Таганрога в соответствии с общей политикой развития туризма Ростовской области;

5. Широкое использование достижений современной науки и возможностей цифровых технологий.

В итоге, основной целью политики в сфере туризма должно стать преобразование Таганрога в конкурентоспособный и современный туристский центр, выделяющийся своим туристским продуктом привлекательностью среди городов Ростовской области и на юге России.

Как показывает аналитическая часть настоящего исследования, Таганрогу необходима трансформация, предполагающая революционные изменения в управлении туризмом.

Учитывая актуальные тенденции в развитии как мировой, так и российской экономики, трансформацию предлагается осуществлять с использованием возможностей современных цифровых технологий. А именно, рассматривать будущее Таганрога как перспективного «умного» города. При этом целями туристской политики видятся баланс инноваций, технологичности и сохранения аутентичного культурного облика города.

Макро-подход (Smart City) – представляет собой полную трансформацию города и внедрение цифровых достижений в различные сферы. Подход заключается в комплексном переформировании образа и восприятия города и создании инфраструктуры будущего. И несмотря на то, что важными особенностями предлагаемых нововведений являются разумное использование ресурсов и гибкость, такая трансформационная модель требует значительных капиталовложений, и в условиях ограниченности городского бюджета – привлечения инвесторов. При этом перспективным представляется использование кластерных технологий.

Чтобы сделать город по-настоящему привлекательным и современным необходим масштабный долгосрочный проект, предполагающий совершенствование институциональной среды и нормативно-правовой базы муниципального управления, результатом которого станут революционные изменения, охватывающие все сферы городского устройства от коммунальной инфраструктуры до индустрии туризма.

Для эффективной работы «Smart City» необходима комплексная система, позволяющая создать единую информационную среду и управлять ей, объединяющая различные технологические подсистемы, геоинформационные системы, платформенные цифровые решения, современные трендовые IT-инструменты, такие как сбор данных с помощью Интернета вещей (например, системы датчиков), аналитика больших данных (Big Data) и другие. К примеру, с их помощью возможно осуществить модернизацию системы транспорта, основанную на онлайн-мониторинге дорожной ситуации и оптимизации маршрутов.

При этом необходимо понимать, что «умный» город – это не просто датчики и камеры по всей территории. Это сложный механизм, объединяющий высококвалифицированные кадры, новейшие технологии, ресурсосбережение и экологичность. Благодаря реализации модели город получит новые креативные направления для развития своей экономики, появятся новые профессии и рабочие места, улучшится качество жизни людей.

Описанные изменения позволят сделать Таганрог комфортным, безопасным и привлекательным не только для жителей, но и для гостей города, для которых предлагается введение такой проектной инициативы, как smart-карта, соответственно, жителя или гостя Таганрога, с различными наборами услуг и привилегий (например, оплата проезда в транспорте, входные билеты в музеи и на выставки и т.д.).

Благодаря успешной реализации идей комплексного подхода станет возможной позитивная трансформация общественного и туристскоговосприятия города, поскольку главная цель концепции «Smart city» – создать максимально удобную и привлекательную городскую среду с помощью цифровых технологий.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Григорьева Н.С. Проблемы и перспективы развития сферы туризма в условиях цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2019. – Т.5, №2. – С. 47-52.
2. Брюханова Н.В., Дынник Д.И. Социально-экономическое положение монопрофильного муниципального образования // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т.4, №1. – С. 16-21.
3. Дынник Д.И., Белозубов И.Н. Кластерная модель развития инновационной экономики // Сотрудничество без границ: Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 20-летию Донецкого Филиала Института управления, бизнеса и права. – 2014. – С. 234-240.
4. Дынник Д.И. Формирование оценки эффективности деятельности региональных органов исполнительной власти при проектном подходе управления // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2018. – Т. 4, №1. – С. 32-42.
5. Григорьева Н.С. Повышение информационной доступности к туристской информации региона // Правовестник. – 2019. – №1 (12). – С. 8-10.
6. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Взаимодействие государственных и предпринимательских структур в сфере ЖКХ муниципальных образований //

Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – №2(93). – С. 37-41.