

УДК 339.138

## **БРЕНДИНГ КАК СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТЕРРИТОРИИ**

Ломакина Т.Л., старший преподаватель  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева, филиал в г. Междуреченске  
г. Междуреченск

Повышение качества жизни населения – одна из важнейших целей государственной политики регионального развития [8]. Она может быть достигнута за счет решения большого количества задач, в числе которых повышение инвестиционной привлекательности как региона в целом, так и муниципальных образований, входящих в состав региона, в частности.

Механизмы повышения инвестиционной привлекательности разнообразны. Их цель – обратить внимание на конкретную территорию, привлечь инвестиции, создать условия для стабильного дохода региона или территории. В качестве стратегии привлечения внимания чаще всего выступает бренд территории.

Проблема территориального брендинга является достаточно изученной, накоплен значительный мировой опыт формирования и использования городами своих брендов. В России это достаточно новая сфера в маркетинге территорий, особенно среди малых городов и населенных пунктов. Поэтому важным направлением в развитии данного направления является обмен успешным опытом брендинга и продвижения территорий, масштабирование успешных практик.

Целью данной работы является – изучение успешной практики формирования бренда одной из малых территорий Кемеровской области – Шерегеш.

Под брендом города понимается «городская идентичность, системно выраженная в ярких и привлекательных идеях, символах, ценностях, образах и нашедшая максимально полное и адекватное отражение в имидже города»[2].

По мнению Д. Визгалова, «конструируемый образ территории не может быть надуманным или изобретенным. Принесенным извне. Он должен быть как можно более точным отражением идентичности города»[3].

Для продвижения территории необходимо определить ее основные проблемы, выявить целевую аудиторию и заинтересованных лиц, определить критерии успешности продвижения бренда. Рассмотрим решение указанных выше задач на примере брендинга и продвижения Шерегеша.

Шерегеш - это поселок на юге Кемеровской области. С 1912 года он был известен как рудничный поселок. В 1981 г. с целью проведения Спартакиады народов РСФСР на горе Зеленая вблизи поселка был построен горнолыжный

комплекс[9]. Ни туристов, ни курорта тогда здесь не было. Первые туристы стали появляться в 90-х годах.

В 2010 году была создана зона экономического благоприятствования туристско-рекреационного-типа «Горная Шория». Реализован инвестиционный проект «Туристический комплекс «Горная Шория». Для продвижения территории необходимо было предпринять что-то необычное.

При это продвигать можно не только что-то подлинное, но и определенные образы и даже мифы. Тема мифических людей, чудовищ, паранормальных явлений, несмотря на их антинаучность, довольно широко работают для продвижения территорий. Их никто не видел, но туристы приезжают посмотреть на место, где они могут обитать.

Так, незадолго до создания зоны экономического благоприятствования возникла легенда о «снежном» человеке – йети. В 2009 году в Кемеровской области стали продвигать легенду о том, что в Горной Шории живёт снежный человек. Местные власти сообщили, что охотники более десяти раз видели человекообразное существо, покрытое волосами, ростом 1,5–2 метра [1]. Хотя до сих пор существование йети (снежного человека) в Кузбассе не подтверждено научно.

В тот период шло активное развитие зимнего туризма: Горная Шория привлекала любителей горнолыжного спорта со всей России. При этом летом имеющиеся мощности туристической промышленности простаивали. Поэтому губернатором Кемеровской области была поставлена задача по развитию летнего туризма. Департамент промышленности, торговли и предпринимательства Кемеровской области объявил о создании нового туристического бренда региона. Был объявлен конкурс творческих работ, в результате которого и определился наиболее привлекательный образ бренда – йети. Одна из локаций Горной Шории, Азасская пещера, в соответствии с планами местных властей, должна была стать местом притяжения туристов- местом обитания йети, снежного человека. Продвижение территории осуществлялось не только через публикации в СМИ рассказов охотников и местных жителей. Губернатором области А.Г. Тулеевым даже была учреждена премия в миллион рублей за поимку йети, объявлен ежегодный областной День снежного человека[1].

Активное освещение «появлений» следов йети в СМИ Кемеровской области того периода действительно привлекло внимание туристов. На горе Зеленой построили «Йети-бар». Туристические фирмы запустили ряд экскурсий «В поисках йети». Приключенческие экскурсии с таким названием более привлекательны, чем просто посещение пещер и музеев.

В 2009 г. в парке развлечений Таштагола появилась деревянная фигура «снежного» человека, а на автозаправочной станции на пути в Шерегеш установлена фигура огромного йети. Местные предприниматели организовали производство сувениров как визуальных символов йети.

В столице Кузбасса - г. Кемерово, был организован парк веревочных аттракционов «Йети». А новокузнецкая хоккейная команда «Металлург»

представила визуальный образ йети как свой талисман, с которым могут сфотографироваться болельщики.

В начале 2012 года в Кузбассе проходил открытый областной конкурс «Йети-талисман». Идеей конкурса было выбрать наиболее привлекательный, доброжелательный образ снежного человека, который станет талисманом Горной Шории. Из 612 конкурсных работ первое место заняла работа барнаульца Романа Жилина. Образ Йети, предложенный Романом, набрал 1035 голосов[4].

В ноябре 2012 года на главной площади г. Кемерово прошел йети-флэшмоб, в котором участвовали 400 человек. В 2013 году в Москве на официальной пресс-конференции Президента России В.В. Путина журналистка ГТРК «Кузбасс» подарила президенту плюшевую игрушку -йети в футболке с надписью «Я люблю Кузбасс».

По данным Кемеровостата, количество туристов в Горной Шории выросло с 3 тыс. чел. в 2002 г. до 300 тыс. чел. в год в 2011 году [6]. А в июле 2013 года Кемеровскую область вновь посетили иностранные телерепортеры, чтобы собрать материал для программы на канале Discovery.

Таким образом, «Снежный» человек стал визитной брендом не только Горной Шории, но и всего Кузбасса.

В настоящее время Шерегеш – это крупнейший горнолыжный курорт в Сибири и один из самых посещаемых в России. Секрет успеха брендинга данной территории в следующем:

1. Была выявлена проблема – снижение туристического потока на горнолыжный курорт в летнее время.
2. Образ йети не был навязан маркетинговыми компаниями, то есть не был надуманным, а сложился из легенд местных жителей.
3. Целевая аудитория – туристы и местные жители - не просто приняли образ йети, но и активно участвовали в его визуализации и продвижении.
4. Заинтересованные лица - органы власти региона - создали условия для привлечения внимания к новому бренду путем организации и проведения тематических конкурсов, флеш-мобов, освещения тематик йети в средствах массовой информации.
5. Заинтересованные лица – предприниматели – включились в работу как по продвижению бренда, так и по развитию территории.
6. Заинтересованные лица – региональные медиа - регулярно поддерживали тематику «снежного» человека в новостных выпусках тех лет.
7. Для популяризации бренда «Йети» привлечены к участию представители федеральных и региональных органов власти, медийные лица.

Таким образом, привлечение внимания туристов в летнее время к месту обитания йети, организация пеших туристических походов – это правильно

выбранная стратегия продвижения территории через формирование бренда. Причем, реализация данной стратегии позволила привлечь внимание не только туристов, но и органов власти и предпринимателей. 13 февраля 2025 года подписано Постановление Правительства РФ № 155 о создании в Кемеровской области особой экономической зоны (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа «Горная Шория» [7]. В рамках особой экономической зоны здесь будут реализованы инвестиционные проекты по созданию спортивно-туристического, гостинично-делового и горнолыжного комплексов.

### Список литературы:

1. В Горной Шории появился новый национальный праздник – День снежного человека : Портал органов власти Кемеровской области -Кузбасса – Текст : электронный. URL: <https://kemobl.ru/news/detail/old-12365>  
Текст : электронный.
2. Визгалов, Д.В. Брендинг города / Д. Визгалов. — Москва: Фонд «Институт экономики города», 2011. — 160 с.
3. Визгалов, Д.В. Маркетинг города / Д. Визгалов. — М.: Фонд «Институт экономики города», 2008. — 110 с.
4. Иванова, А. Йетимания. Как снежный человек превратился из легенды в символ Кузбасса. — Текст : электронный. URL: <https://kuzbass.aif.ru/society/1385466>
5. Кузбасс прославился йети, которого не существует— URL: <https://ria.ru/20090220/162714515.html> (дата обращения: 10.02.2025) – Текст : электронный.
6. Легенда о снежном человеке помогла заманить в Кузбасс 15 тыс туристов: РИА Новости. — Текст : электронный. URL: <https://ria.ru/20090723/178357072.html> –
7. О создании на территории Таштагольского муниципального района Кемеровской области - Кузбасса особой экономической зоны туристско-рекреационного типа: Постановление Правительства РФ от 13 февраля 2025 г. № 155. — Текст : электронный. URL: <http://government.ru/docs/54239/>
8. Об утверждении «Основ государственной политики регионального развития Российской Федерации на период до 2025 года» — Указ Президента Российской Федерации от 16 января 2017 года №13. — URL: <http://government.ru/docs/all/110051/>
9. Шерегеш (горнолыжный курорт) [Электронный ресурс] // Википедия : свободная энциклопедия. — URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Шерегеш\\_\(горнолыжный\\_курорт\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Шерегеш_(горнолыжный_курорт))