

6. Управление Алтайского края по туризму, курортному делу, межрегиональным и международным отношениям: информационный портал [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.alttur22.ru>.
7. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации: информационный портал [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.russiatourism.ru>.
8. UNWTO World Tourism Barometer (UNWTO): информационный портал [Электронный ресурс]. — URL: <http://www2.unwto.org/ru>.

УДК 902:796.51 (571.151)

## ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ НА НАЦИОНАЛЬНОМ И МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ

Е. В. Цикунова, О. С. Третьякова  
Алтайский государственный университет, Барнаул

### PROMOTION FEATURES OF THE HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF ALTAI KRAI IN THE NATIONAL AND INTERNATIONAL TOURISM MARKET

E. V. Tsikunova, O. S. Tretyakova

*Статья посвящена вопросам продвижения туристского продукта посредством туристских выставок и ярмарок. Проанализировано участие Алтайского края в Международной туристской выставке «Интурмаркет» и его влияние на продвижение туркраеведческих ресурсов на туристском рынке.*

**Ключевые слова:** туристские выставки, ярмарки, рынок туристских услуг, продвижение турпродукта, туристские ресурсы.

*This article focuses on the issues of tourist product promoting by tourist exhibitions and fairs. Part of the Altai Krai in the International Tourism Exhibition ITM and its impact on the promotion tourism and regional resources in the tourism market was analyzed.*

**Key words:** tourism exhibitions, fairs, tourist services market, promotion of tourism products, tourism resources.

**Т**уризм сегодня — одна из наиболее перспективных отраслей национальной и мировой экономики. Многие страны стремятся к увеличению доходов от туризма и прилагают серьезные усилия для привлечения в страну иностранных туристов. Выставочная деятельность — это очень мощный инструмент для захвата рынка и достижения оптимального результата деятельности фирмы.

Выставочные мероприятия — важная часть туристского маркетинга, которая дает туристскому предприятию возможность одновременного распространения и получения необходимой для соответствующей деятельности экономической, организационной, технической и коммерческой информации. Выставочные мероприятия очень точно отражают состояние отрасли в целом, с помощью них можно спрогнозировать конъюнктурные изменения, рост или падение цен, а также выставки — это социальное явление с экономическим, политическим и социальным подтекстом. Предприятие туристической индустрии, принимающее участие в выставке, обладает многочисленными возможностями привлечь

новых клиентов и найти контрагентов, а также превратить свою презентацию в увлекательное событие для посетителей выставки.

Выставочные мероприятия являются самостоятельным направлением коммуникационной деятельности, объединяют такие основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций, как реклама (печатная, щиты и др.), пропаганда, личная продажа (работа стендистов), стимулирование сбыта (раздача сувениров, предоставление скидок и т.д.). Участие в работе выставок и ярмарок является эффективным средством формирования маркетинговых коммуникаций туристских предприятий. Среди разных видов продвижения товаров и услуг выставки признаны одним из самых эффективных инструментов маркетинга, поскольку в них одновременно участвуют и специалисты, и производители, и потребители. Это дает возможность участникам параллельно решать проблемы сбыта, определять круг покупателей и партнеров.

Сегодня развитие туризма в Алтайском крае является одним из приоритетов, обозначенных в стратегии социально-экономического развития региона на период до 2025 г. Важной составляющей продвижения регионального туристского продукта на внутреннем и международном рынках являются выставки.

Наиболее крупной и значимой в России считается Международная туристская выставка «Интурмаркет», проходящая ежегодно в последней декаде марта на площадке выставочного центра «Крокус-Экспо» в Москве, которая уже много лет является основной площадкой для демонстрации привлекательности туристского потенциала российских регионов. Следует отметить, что выставка «Интурмаркет» давно зарекомендовала себя как одна из самых эффективных выставочных площадок туристской индустрии страны. С 14 по 17 марта 2015 г. прошла уже X юбилейная выставка «Интурмаркет-2015».

Алтайский край несколько лет подряд является одним из наиболее активных участников мероприятия, неизменно презентуя на обширной площади свой туристско-рекреационный потенциал, который традиционно вызывает большой интерес у посетителей.

В 2015 г. коллективный стенд Алтайского края занимал площадь более 1000 кв. м и являлся самым большим среди регионов России (рис.).

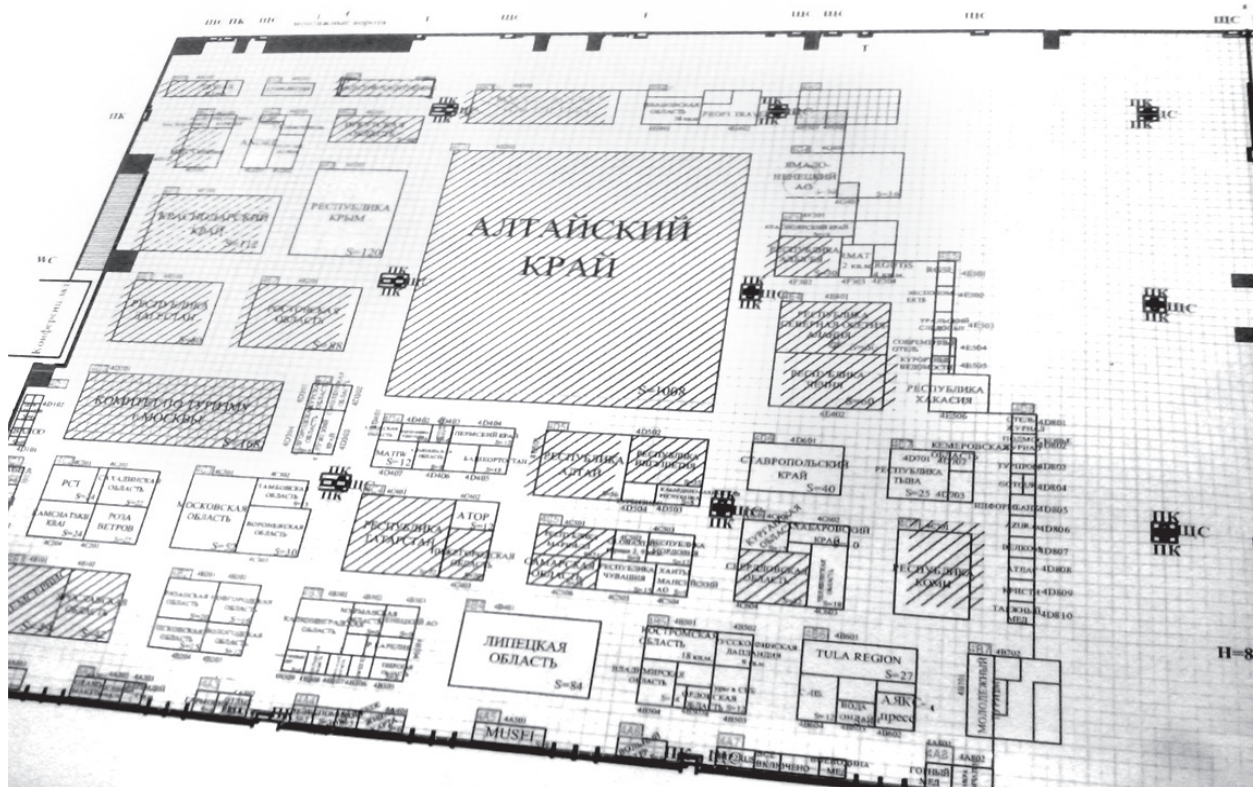


Схема расположения выставочных стендов зала внутреннего туризма («Интурмаркет-2015»)

Как и в прошлом году, Алтайский край выступил стратегическим партнером главной туристской выставки «Интурмаркет-2015». Наш регион представили более 50 участников: туроператоры, санатории, турбазы, товаропроизводители, ремесленники, представители муниципальных образований края. Статус стратегического партнера выставки, несомненно, способствовал продвижению Алтайского края на международной туристской арене.

Стенд Алтайского края был стилизован под большое алтайское село с его обязательными атрибутами: ярмаркой, горницей, трактором, домиком рыбака и охотника. В пруду — живая рыба, а в загонах — куры. Одним из самых ярких элементов стенда стала деревенская церковь, где посетители смогли познакомиться с экспонатами Музея истории Алтайской духовной миссии, являющегося частью действующего храмового комплекса — Архиерейского подворья.

В рамках участия края на стенде организаторы провели масштабную презентацию туристских компаний, народных промыслов, возможностей эко-туризма, выступление фольклорных ансамблей и многое другое. На выставке присутствовал губернатор региона А. Б. Карлин [2].

Все эти годы (за исключением 2009 г.) Алтайский государственный университет (АлтГУ) принимал участие в выставке. Делегация университета и в этом году работала на коллективном стенде Алтайского края [1, с. 162].



Сотрудники кафедр рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга (географический факультет) и истории отечественного и зарубежного искусства (факультет искусств АлтГУ) представили совместный туристский продукт, посвященный древнейшему историко-культурному наследию Алтая. Экспозиция АлтГУ освещает древнейший период освоения территории Алтая человеком по материалам археологических раскопок ИАЭТ СО РАН, проведенных в Денисовой пещере, а также период бронзового века и раннего средневековья.



Экспонаты стенда — реконструкции воинских доспехов, оружия, предметов декоративно-прикладного искусства (традиционные обережные образы, выполненные из природных материалов — рогоз, береста, алтайские травы) народов, населявших Алтай, традиционно вызывают неподдельный интерес у посетителей выставки, в основном жителей Москвы и Центрального региона России.

Подводя итог работы по продвижению туристского продукта региона, можно отметить, что участие представителей туристской отрасли и сопутствующих сфер деятельности Алтайского края в международных, межрегиональных выставках, форумах, конгрессах, конференциях, встречах и прочем можно оценивать как успешное, а общим достижением следует считать укрепление имиджа региона как территории, демонстрирующей высокую активность развития туризма.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Редькин А. Г., Кирюшин К. Ю. Историко-археологический парк «Перекресток миров» на международных туристических выставках «Интурмаркет» // Наука и туризм: стратегии взаимодействия: сборник статей. — Вып. 2. — Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2013. — 185 с.

2. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.altairegion22.ru/>.