

Внешний имидж города как фактор привлекательности для туристов

Научный руководитель – Верпатова Оксана Юрьевна

Добрынина Елизавета Андреевна

Студент (бакалавр)

Тверской государственный технический университет, Управления и социальной коммуникации, Социологии и социальных технологий, Тверь, Россия

E-mail: dobrynina-98@mail.ru

В последние годы развитию городов как туристическому ресурсу стало уделяться много внимания. Особую роль получило направление маркетинг города. Оно представляет собой комплекс действий, направленный на продвижение города в различных сферах и его развитие. В рамках маркетинга города особое внимание уделяется такой составляющей как имидж города [3,2].

Имидж города- это образ города, формирующийся в сознании людей и влияющий на перспективу его развития[1,4]. Для туристов наиболее важной частью имиджа города является его так называемый внешний имидж. Он является представлением о территории у населения, проживающего за его пределами.

Внешний имидж города необходимо изучать, чтобы выявить его сильные и слабые стороны. Это позволит узнать, какие аспекты города являются наиболее привлекательными для туристов, а какие требуют совершенствования.

В мае 2017 года было проведено социологическое исследование на тему «Внешний имидж города Тверь». С помощью метода глубинного интервью было опрошено 8 респондентов из следующих мест жительства: г. Москва, г. Самара, г. Ростов-на-Дону, г. Торжок, г. Ржев, поселок Мирный, деревня Бойково. Из них 3 мужчины и 5 женщин.

В ходе исследования выяснилось, что город производит положительное впечатление по ряду причин. Несколько респондентов отметили особую атмосферу города, его «уют». Все респонденты заявили о том, что город в тёплое время года достаточно озеленен: в нём много цветов, деревьев и тд. Так же респондентами выделяется хорошее состояние архитектурных построек и достаточное количество мест для проведения досуга. Респонденты отметили положительное и доброжелательное отношение горожан к туристам.

К негативным впечатлениям респонденты отнесли проблемы с парковкой в центре города и работу коммунальных служб в зимнее время года.

Стоит подчеркнуть, что жители крупных городов состояние дорог в Твери оценивают как неудовлетворительное, и относят это к негативным впечатлениям, а жители малых городов и посёлков довольны состоянием дорог, оценивают его как «хорошее».

Так же различие в ответах между жителями крупных и малых городов возникли при оценке экологического состояния города. Жители малых городов заявили о неблагоприятной обстановке, загрязнении воды, воздуха и города в целом. А жители крупных городов, наоборот, подчеркивали чистоту города.

Для оценки состояние инфраструктуры и мест проведения досуга респондентам был задан вопрос: «Как Вы оцениваете инфраструктуру г. Тверь? Достаточно ли мест для проведения досуга? В каких местах Вы побывали?». На основании полученных ответов, можно сделать вывод, что состояние инфраструктуры оценивается как «хорошее». Мест для проведения досуга, как отмечают респонденты, достаточно, но они не разнообразны. Предлагалось создать больше площадок для спорта, в том числе крытые корты, мест для отдыха молодёжи, аквапарк и джаз-кафе.

Большинство респондентов посещали ул.Трёхсвятская, набережную, городской сад, театры. Респонденты, проживающие в небольших городах, чаще всего посещали кафе, бары, клубы, ТРЦ и кинотеатры.

Одной из задач было выяснить, с какой личностью иногородняя молодежь ассоциирует город Тверь. Подавляющее большинство респондентов заявили, что ассоциируют город с личностью Афанасия Никитина, т.к он известный тверской купец, первым посетивший Индию. Так же был выделен Михаил Круг, потому что Тверь является его родиной. Среди ответов так же были: Леонид Агутин (записывает в Твери свои песни), Михаил Тверской (тверской князь), Екатерина Великая (в Твери находится Путевой дворец), Александр Северный (друг Михаила Круга) и писатели, посещавшие Тверь, такие как Пушкин, Толстой, Салтыков-Щедрин.

Для того, чтобы город стал более привлекательным для туристов, респонденты предложили следующие рекомендации: во-первых, нужно больше внимания уделять рекламе города, его популяризации, показывать достопримечательности и в целом город в СМИ; во-вторых, можно строить турбазы для отдыха семьёй и компанией; в-третьих, можно разработать интересный маршрут по знаковым местам Твери;

В соответствии с поставленными задачами прикладного исследования, можно сделать следующие выводы:

- Инфраструктура города оценивается достаточно высоко, мест для проведения досуга достаточно, но они не разнообразны.

- Большинство опрошенных респондентов ассоциируют Тверь с личностями Афанасия Никитина, т.к. он известный тверской купец, первым посетившим Индию и Михаилом Кругом, потому что Тверь для него является родиной.

- Популярные места, посещаемые туристами: ул. Трёхсвятская, набережная, гор сад, Путевой дворец, театры.

- Среди факторов, производящих положительное впечатление выделяются: озелененность города, его уют и чистота. Среди негативных- состояние дорог.

- Для привлечения туристов в город необходимо больше рекламировать его в СМИ, создать интересный туристический маршрут и построить больше турбаз.

Источники и литература

- 1) 1. Аношкин, П.А. Пространственная модель современного города. [Электронный ресурс] / П.А.Аношкин// Проблемы современной экономики, 2011.-№4.-С.259-263. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/prostranstvennaya-model-sovremennogo-goroda>
- 2) 2. Балдандоржиев, Ж.Б. Город как объект культурологического исследования.[Электронный ресурс]/Ж.Б.Баландоржиев//Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2010-№ 126.-С.337-342. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gorod-kak-obekt-kulturologicheskogo-issledovaniya>
- 3) 3. Заборова, Е.Н. Город как социальное пространство.[Текст]/ Е.Н.Заборова, А.Ф. Исламова // Социологические исследования. -2013. - № 2.- С. 97-100.
- 4) 4. Туркина, В. Г. Город как виртуальный феномен . [Электронный ресурс]/В.Г.Туркина//Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право., 2009-№ 16 (71)-С.52-60. Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/gorod-kak-virtualnyy-fenomen>