

# ГЕАБРЭНДЗІНГ ДЛЯ РАЗВІЦЦЯ ТУРЫЗМУ Ё МСЦІСЛАВЕ: ІНСТРУМЕНТЫ І СТРАТЭГІІ ПРАСОЎВАННЯ

М. А. Дашкевіч

*dashkevim@gmail.com;*

*Навуковы кіраўнік – Ю. М. Лук'янюк, кандыдат філалагічных навук, дацэнт*

У артыкуле разглядаюцца інструменты геабрэндзінгу для стварэння цыркуляцыйнага патоку турыстаў у горадзе Мсціслаў. Сегменты мэтавай аўдыторыі – «турысты» – былі выбраны зыходзячы з асаблівасцей брэндзінга тэрыторыі. Прапанаваны стратэгіі прасоўвання брэнда горада Мсціслаў для ўзаемадзеяння з кожным з гэтых сегментаў.

**Ключавыя словы:** брэнд тэрыторыі; івэнт-маркетынг; геабрэндзінг; турыстычная аўдыторыя; Мсціслаў; турызм.

Мсціслаў – горад са старажытнай гісторыяй ва ўсходняй частцы Беларусі, які мае вялікі турыстычны патэнцыял. Упершыню ўзгадваецца ў 1156 годзе. Горад пабудаваны на берагах ракі Віхры і стаіць на шасці пагорках. Яны ўтрымліваюць ў сабе шмат нематэрыяльных (вераванняў, легенд) і матэрыяльных актываў, бо ў іх было знойдзена вялікая частка значных гістарычных артэфактаў Беларусі. Мсціслаў з'яўляецца меккай археолагаў Беларусі, мае багатую культурную і гістарычную спадчыну і ўнікальную геаграфічную лакацыю, што робіць яго цікавым для даследчыкаў і аматараў гісторыі.

Важныя дэмаграфічныя і эканамічныя факты пра тэрыторыю. У Мсціславе жыве 10 тысяч чалавек. Паводле статыстыкі, большая частка з іх – дарослыя, потым толькі ідуць старэйшыя, моладзь і падлеткі [1]. Прамысловасць раёна прадстаўлена пераважна вытворчасцю прадукцыі харчовай галіны і вытворчасцю і распрацоўкай электраэнергіі, газу і вады, захоўваецца мясцовая вытворчасць. Мсціслаўская спецыяльная агульнаадукацыйная школа-інтэрнат з'яўляецца паказчыкам сацыяльнай палітыкі дзяржавы. Мсціслаў – мясцовасць з рэлігійнай накіраванасцю, на яе тэрыторыі размешчаны Кармеліцкі касцёл, Езуіцкі касцёл святога Міхаіла Архангела, Пустынскі Свята-Успенскі манастыр і г. д. Раён багаты на царкоўныя збудаванні, большасць з якіх дзейнічае.

Для таго, каб горад выглядаў больш прывабна, у 2015–2017 гг. быў ажыццёўлены праект «Падтрымка ўстойлівага развіцця турызму ў Беларусі». У межах гэтага праекта быў распрацаваны турыстычны брэнд горада Мсціслава, асновай якога сталі гістарычныя і прыродныя асаблівасці горада [2]. Быў распрацаваны поўны камплект айдэнткі: слоган «Мсціслаў – жывая гісторыя Беларусі», лагатып, карты мерапрыемстваў для турыстычных агенцтваў і брэндзіраваная прадукцыя [2]. Пасля гэтага

былі зроблены крокі па забеспячэнні камфорту для турыстычнага патоку. Напрыклад, быў створаны сайт-даведнік, дзе размяшчаецца неабходная турыстам інфармацыя [3].

Як ужо было адзначана, горад мае вялікі турыстычны патэнцыял, аднак сутыкаецца з праблемай недахопу сродкаў. Пярліна горада – Кармеліцкі касцёл Дзевы Марыі, мае патрэбу ў рэстаўрацыі гэтак жа, як і сотня закансерваванных гістарычных будынкаў у цэнтры і на ўскраінах горада. Такім чынам, мэтавай аўдыторыяй брэнда горада маглі б стаць мецэнаты. Аднак колькасць турыстаў у горадзе не такая вялікая, каб хаця б часткова акупіць іх фінансавыя ўкладанні. З гэтага мы робім выснову, што брэнд горада Мсціслаў варта арыентаваць у першую чаргу на мэтавую аўдыторыю «турысты». Такі падыход дапаможа стварыць выгадны імідж горада, лаяльнасць грамадства будзе расці, а таксама сярод гэтых людзей могуць выявіцца тыя, хто гатовы інвеставаць у аднаўленне гісторыка-культурнай спадчыны горада. Мэтай прасоўвання брэнда тэрыторыі з’яўляецца стварэнне ў горадзе Мсціславе цыркуляцыйнага патоку турыстаў з дапамогай інструментаў геабрэндзінгу. Задачами з’яўляецца выдзяленне сегментаў мэтавай аўдыторыі – «турысты». фарміраванні стратэгіі прасоўвання брэнда горада Мсціслаўля на выдзеленыя сегменты аўдыторыі. У сфарміраваным брэндзе тэрыторыі можна вылучыць некалькі акцэнтных зон – гэта рыцарскія традыцыі, храмы і святыні, а таксама гісторыка-культурная спадчына горада. У кантэксце асаблівасцей тэрыторыі былі выдзелены некалькі сегментаў мэтавай аўдыторыі, для кожнага з якіх тэрыторыя будзе мець асабістыя прапановы.

Першым сегментам мэтавай аўдыторыі «турысты» былі вылучаныя людзі, якія шукаюць новыя ўражанні – экстрэмальны тып турыстаў. Для такіх людзей Мсціслаў з’яўляецца горадам аднаразовага наведвання. Важна адаптаваць часткі брэнд-стратэгіі такім чынам, каб турысты вярталіся ў Мсціслаў як мага часцей. Для гэтага ў дадзенай рабоце прапануюцца мерапрыемствы спаборніцкага і групавога тыпу, дзе турыста ўключаюць (цалкам бясплатна ці за малую плату) ва ўдзел у мерапрыемстве ў кантэксце, напрыклад, Рыцарскага фэсту. Мерапрыемства абсталявана спецыяльнай тэхнікай (гэта можа быць дадатак з асабістым кабінетам «Гульня»). Важна найперш зарэгістраваць удзельніка і даць інструкцыю па карыстанню. Само афлайн-мерапрыемства мае камандны характар, таму ўдзельнік знаёміцца з новымі людзьмі, пашырае сваё сацыяльнае кола. Далей у кожнага ўдзельніка ёсць сваё ўнікальнае заданне, але ў комплексе атрымліваецца агульны вынік, які заносіцца кожнаму з каманды ў асабісты кабінет у якасці выкананай задачы або балавай сістэмы. Фішкаю з’яўляецца тое, што само мерапрыемства, як і дадатак, мае ступеньчатую

сістэму. Для таго каб павысіць колькасць балаў або атрымаць новага персанажа, неабходна вярнуцца ў горад і працягнуць гульню ў наступным сезоне або праз пэўны тэрмін. Гульня разлічана на некалькі гадоў. У выніку ствараюцца моцныя эмацыйныя прывязкі да горада: турыст атрымлівае ўнікальныя ўражанні, знаёміцца з новымі людзьмі і адчувае пазітыўныя эмоцыі. Таксама турыст набывае матывацыю вярнуцца ў горад. Падобнага роду імпрэзы могуць праводзіцца і без выкарыстання ІТ-тэхналогій. Вынікі могуць трансліравацца на старонках у сацыяльных сетках, створаных спецыяльна пад мерапрыемства, на сайце або ў фізічным нататніку. Важна прастымуляваць у чалавека пачуццё, што горад яго пакінуў у сваёй памяці, а таксама пачуццё лёгкай незавершанасці, жаданне вярнуцца.

Наступным сегментам мэтавай аўдыторыі «турысты» з'яўляюцца людзі, якія цікавяцца гісторыяй, культурай, архітэктурай і мастацтвам. Музейныя экспазіцыі, падарожжы да гістарычна значных мясцін, старажытныя рэчы, сімвалы і імёны ўяўляюць асаблівую цікавасць для дадзенага сегмента, іх прыцягвае магчымасць даведацца больш пра мінулае. Забаўляльнай праграмай для гэтага сегмента наведвальнікаў можа стаць удзел у квэсце з імітацыяй археалагічных раскопак. Імітацыя археалагічных раскопак на Мсціслаўскай зямлі можа прывесці да выяўлення значных артэфактаў, якія будуць матываваць і задавальняць людзей, зацікаўленых у гістарычнай спадчыне. Для дадзенай катэгорыі турыстаў таксама можа быць цікавай рыцарская рэканструкцыя, арганізаваная ў форме імерсійнага тэатра з удзелам акцёраў і выдачай атрыбутыкі і ўніформы мінулых часоў, каб дапамагчы ўдзельнікам пагрузіцца ў атмасферу мінулага.

Паломнікі – гэта трэці сегмент мэтавай аўдыторыі. Сярод рэлігійных людзей лічыцца, што мсціслаўская зямля намолена, бо на ёй стагоддзямі стаяць і адраджаюцца храмы, моляцца людзі, жывуць і паміраюць святыя. Дзякуючы вялікай колькасці рэлігійных збудаванняў, актыўнай і дамінуючай праваслаўнай канфесіі, Мсціслаў можа стаць адным з ключавых праваслаўных паломніцкіх цэнтраў Беларусі [3]. Паломніцкі ход па святых мясцінах мсціслаўскай зямлі, а таксама іканапіс можа прыцягнуць турыстаў і паломнікаў на гэтыя землі.

Паказчыкамі эфектыўнасці прапанаванай стратэгіі фарміравання і прасоўвання брэнда горада Мсціслава будзе: павелічэнне колькасці працоўных месцаў у сферы турызму; колькасць турыстаў у пэўныя часавыя прамежкі; стаўленне да тэрыторыі з боку мясцовага насельніцтва (даследаванне праводзіцца метадам апытання і інтэрв'ю); сукупныя падаткі ад турызму; колькасць зацікаўленых асоб у спонсарстве аднаўлення помнікаў архітэктуры, правядзення новых даследаванняў і раскопак.

Такім чынам, Мсціслаў з'яўляецца месцам, якое яшчэ не да канца раскрыла свой турыстычны патэнцыял. Паспяховае прасоўванне тэрыторыі

Мсціслаўля ў адпаведнасці з дадзенымі стратэгіямі можа прывесці да павелічэння турыстычнага патоку, павышэння прыбытку і развіцця турыстычнай індустрыі ў рэгіёне.

### **Бібліяграфічныя спасылкі**

1. Численность населения на начало периода 2022, 2023 [Электронны рэсурс]. Нац. статистический комитет Республики Беларусь. URL: <http://dataportal.belstat.gov.by/Indicators/Preview?key=144299>. Дата звароту: 04.05.2023.
2. Падтрымка ўстойлівага развіцця турызму ў Беларусі [Электронны рэсурс]: Адкрываючы Мсціслаў. жывая гісторыя Беларусі. URL: <https://euprojects.by/blr/projects/regional-development/support-to-sustainable-tourism-development-in-belarus>. Дата звароту: 04.05.2023.