

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРИОРИТЕТ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

*Власюк Людмила Ивановна,
Чхотуа Илона Зурабовна*

Аннотация. Богатый туристский потенциал России — безусловное конкурентное преимущество нашей страны в контексте развития туризма. Разнообразие видов и форм туризма позволяет диверсифицировать экономику региона исходя из его ресурсной обеспеченности, рекреационной емкости, культурных и исторических особенностей, природного потенциала. Промышленный туризм превратился в отдельное стратегически важное направление, позволяющее совершенно по иному позиционировать мощнейшие промышленные центры России на туристической карте мира, предлагая на отечественный и международный рынок уникальные всесезонные туристические продукты.

Ключевые слова: стратегический приоритет, стратегирование отрасли туризма, промышленный (индустриальный) туризм, кластерный анализ, регионы РФ.

INDUSTRIAL TOURISM AS A STRATEGIC PRIORITY OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGIONS OF RUSSIA

*Lyudmila I. Vlasjuk,
Ilona Z. Chkhotua*

Abstract. The rich tourist potential of Russia is an unconditional competitive advantage of our country in the context of tourism development. The variety of types and forms of tourism allows to diversify the region's economy based on its resource availability, recreational capacity, cultural and historical characteristics, and natural potential. Industrial tourism has become a separate strategically important area, which allows positioning the most powerful industrial centers of Russia on the tourist map of the world in a completely different way, offering unique all-season tourist products to the domestic and international markets.

Keywords: strategic priority, strategizing tourism industries, industrial tourism, cluster analysis, regions of the Russian Federation.

Туризм — это не просто отрасль экономики непродуцированной сферы, это крупнейший межотраслевой комплекс, обладающий значительными мультипликативными эффектами, один из главных источ-

ников дохода для многих стран мира, перспективное стратегическое направление для многих регионов РФ.

Развитие туризма в регионе как стратегического направления должно основываться на приоритетном развитии таких его видов и форм, которые наиболее полно раскрывают туристский потенциал и имеющиеся ресурсы данной территории. Это обуславливает необходимость комплексной оценки конкурентных преимуществ региона для развития выбранного направления туризма [1].

Стратегирование туристской отрасли, согласно методологии В. Л. Квинта, предполагает в первую очередь определение глобальных, национальных и региональных трендов, далее необходимо провести глубинный анализ возможностей и угроз и сконцентрироваться на приоритетных направлениях развития туризма для региона, обеспеченных конкурентными преимуществами для их реализации [2–4].

Глобальные тренды развития туристической отрасли, такие как внедрение цифровых технологий и новых моделей ведения туристического бизнеса, персонализация путешествий и поиск новых форм удовлетворения запроса современного туриста, связанного с получением уникального опыта и впечатлений вместе с богатым индустриальным наследием РФ создают предпосылки для развития промышленного туризма как стратегического направления во многих регионах РФ и страны в целом [1, 5].

Передовые достижения в области промышленности, активное внедрение цифровых технологий в производственные процессы, переориентацией многих отечественных предприятий на принципы зеленой экономики являются безусловным конкурентным преимуществом страны в контексте развития промышленного туризма.

В рамках данного исследования под промышленным туризмом понимается как туризм индустриального наследия (посещение заброшенных зданий знаменитых фабрик и заводов), так и посещение в туристских целях действующих производственных предприятий. При этом важно отметить, что под промышленным предприятием понимаются как предприятия, производящие материальные блага, так и предприятия, занятые в сфере услуг (здравоохранение, образование, финансы и т.д.).

Промышленный туризм может рассматриваться как один из инструментов нивелирования экономических последствий пандемии коронавируса (COVID-19). Промышленный туризм способствует продвижению бренда, созданию имиджа открытой компании, повышению инвестиционной привлекательности, способствует росту числа кли-

ентов и появления новых источников доходов, расширению деловых связей и привлечению новых специалистов.

Государство и предприятия осознали стратегическую значимость направления и реализуют совместно с Агентством стратегических инициатив (АСИ) комплексные программы развития промышленного туризма в регионах, обладающих значительным индустриальным наследием. На основе анализа успешного международного опыта развития промышленного туризма, опираясь на безусловные конкурентные преимущества крупнейших отечественных предприятий различной отраслевой принадлежности АСИ разработаны Методические рекомендации по организации промышленного туризма в регионах РФ [6], в которых предлагается программа развития направления, взаимовыгодное сотрудничество региональной администрации, бизнеса, представителей отрасли туризма, методическое сопровождение на каждом этапе реализации проекта.

Развитие промышленного туризма открывает ряд стратегических возможностей для развития экономики региона: повышение конкурентоспособности продукции и предприятия; рост инвестиционной привлекательности; улучшение имиджа предприятия в регионе, стране, мире; продвижение продукции на рынок; постоянный контакт с потребителем и получение обратной связи; мотивация сотрудников и улучшение отношений в трудовом коллективе; доверие потребителя продукции; создание позитивного контента в социальных сетях и интернет пространстве; обучение персонала и укрепление корпоративной культуры; демонстрация инновационных технологий; профессиональная ориентация школьников и студентов [1].

Для оценки стратегических возможностей развития промышленного туризма в регионах РФ целесообразно выполнить классификацию субъектов РФ. Классификация регионов РФ является важным этапом стратегирования, способствует корректности применения форм и методов стратегирования, снижает их субъективность в процессе подготовки стратегических документов. Позволяет использовать опыт регионов со схожими условиями развития промышленного туризма при разработке стратегических решений [4, 7].

В работе [8] регионы РФ проранжированы с точки зрения потенциала развития промышленного туризма по пяти факторам: уровень промышленного развития субъекта РФ, специализация по наиболее востребованным направлениям туризма, транспортная доступность, институциональные факторы (выделение промышленного туризма в

программных документах субъекта РФ в качестве приоритетного) и уровень развития туризма в субъекте.

В более раннем исследовании авторов [9] была выполнена классификация субъектов РФ с использованием процедур кластерного анализа по следующим факторам:

- Число предприятий на душу населения в регионе. Данный фактор оценивался как отношение числа предприятий региона к среднегодовой численности населения региона.
- Уровень развития туризма в регионе. Для оценки данного фактора использовался «Национальный туристический рейтинг» за 2018–2020 гг.
- Транспортная доступность региона. Для оценки данного показателя использовался подход и расчеты, предложенные в [10].
- Уровень развития промышленного туризма в регионе. Для оценки данного фактора использовались данные, полученные путем анализа информации о промышленном туризме на сайтах региональных туристических администраций и в иных открытых источниках сети Интернет.

В результате было выделено четыре группы регионов с точки зрения уровня и стратегических возможностей развития промышленного туризма. В Первую группу вошли 18 регионов с низким уровнем развития промышленности, туристической отрасли и плохой транспортной доступностью. Во вторую группу попали 30 регионов со средними показателями по всем выделенным факторам. В данной группе регионов можно развивать промышленный туризм при наличии слаженной работы и заинтересованности как со стороны предприятий, так и местных органов власти. В третью группу попало 18 регионов с хорошо развитой сферой промышленного туризма, с готовыми туристическими маршрутами, информация о которых представлена в сети Интернет. В этой группе находятся почти все регионы, заключившие договор с АСИ о развитии промышленного туризма. Четвертая группа, состоящая из 19 регионов, включает в себя столичные регионы и традиционные туристические центры (Краснодарский край, Ставропольский край). Эта группа отстает от предыдущей по уровню развития промышленного туризма, но лидирует по всем остальным показателям. Развитие сферы промышленного туризма в данных регионах повысит туристическую привлекательность регионов. Дальнейшее развитие сферы промышленного туризма в регионах РФ требует комплексных стратегических решений, специфичных для каждой выделенной группы.

Следующим шагом в исследовании было проведение глубинного анализа конкурентных преимуществ и ресурсной обеспеченности ре-

гионов, подписавших соглашение с АСИ [1]. Список регионов, заключивших соглашение с АСИ, постоянно пополняется, поэтому авторами были выбраны регионы, представленные на сайте PromTourism (портал о промышленном туризме в РФ. URL: <https://promtourism.ru/>) на момент проведения исследования: Амурская область, Калужская область, Камчатский край, Мурманская область, Нижегородская область, Пермский край, Республика Саха (Якутия), Самарская область, Смоленская область, Тульская область, Тюменская область, Удмуртская республика, Ульяновская область, Кемеровская область. Все из перечисленных регионов за исключением Нижегородской области принадлежат к третьей группе, согласно проведенной классификации.

Анализ ряда социально-экономических показателей (ВРП на душу населения, доля «туризма» в ВРП и др.); показателей, характеризующих транспортную доступность регионов (плотность автомобильным и железных дорог, наличие аэропорта и др.); показателей развития туризма регионов, статистических и институциональных, таких как туристический поток, коллективные средства размещения, наличие Стратегии развития туризма в регионе, наличие брендового туристического маршрута в регионе и др. позволили сделать ряд важных выводов.

Во-первых, не все регионы, подписавшие соглашение с АСИ о развитие промышленного туризма, обладают в полной мере конкурентными преимуществами и ресурсами для реализации стратегических возможностей данного направления. Некоторые регионы в силу слабой транспортной доступности, не являются достаточно привлекательными для туристов. Тем более, что промышленный туризм, как правило, развивается в сочетании с другими видами туризма и опирается на существующие туристические маршруты и потоки туристов, объекты промышленного туризма включаются в комплексный маршрут, а значит первоочередной задачей для таких регионов становится решение инфраструктурных вопросов, а также разработка уникальных туристических предложений для которых транспортная доступность не будет таким ограничивающим фактором. Часть регионов, например такие как, Калужская и Кемеровские области, могут рассчитывать на реализацию всего спектра стратегических возможностей развитой сферы промышленного туризма в регионе уже сегодня.

Во-вторых, прежде чем вовлекать все новые регионы в программы развития промышленного туризма, как планирует АСИ и Минпромторг, необходим стратегический анализ конкурентных преимуществ и ресурсов регионов РФ с целью определения приоритетных направлений развития туризма в регионе. Для тех регионов, которые обладают не-

обходимыми конкурентными преимуществами, целесообразна разработка программ и стратегий развития промышленного туризма. Для тех регионов, которым еще необходимо создавать конкурентные преимущества в данной сфере, есть смысл подумать о решении вопросов, связанных с транспортной доступностью и комфортом туристов, о развитии других видов туризма в регионе.

Список литературы

1. *Чхотуа И. З., Власюк Л. И.* Стратегический анализ конкурентных преимуществ региона в контексте развития промышленного туризма // Стратегирование: теория и практика. 2021. Т. 1. № 2(2). С. 190–205. DOI: 10.21603/2782-2435-2021-1-2-190-205
2. *Kvint V.L.* Strategy for the Global Market: Theory and Practical applications. New York: Routledge Taylor and Francis Group, 2016. 519 p.
3. *Квинт В. Л.* Концепция стратегирования. Т. 1. СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2019. 132 с. (Серия «Библиотека стратега»).
4. *Квинт В. Л.* Концепция стратегирования. Т. 2. СПб.: СЗИУ РАНХиГС, 2020. 164 с. (Серия «Библиотека стратега»).
5. *Чхотуа И. З. и др.* Стратегирование отрасли туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в Кузбассе. Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2021. 371 с. (Библиотека «Стратегия Кузбасса»). ISBN 978-5-8353-2718-8. DOI: 10.21603/978-5-8353-2718-8
6. Методические рекомендации по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации. URL: <https://ru.calameo.com/read/004713978428b09f34878> (дата обращения 09.09.2021).
7. *Власюк Л. И.* Стратегия развития цифровой экономики России: региональный аспект // Ломоносовские чтения — 2020. Секция экономических наук «Экономическая повестка 2020-х годов» (Москва, 20–24 октября 2020 года). М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2020. С. 168–170.
8. *Шабалина Н. В., Азина Е. А., Каширина Е. С.* Потенциал российских регионов для развития промышленного туризма // Современные проблемы сервиса и туризма. 2021. Т. 15. № 2. С. 58–67.
9. *Чхотуа И. З., Власюк Л. И.* Стратегический анализ развития промышленного туризма в регионах России: возможности и угрозы // Экономическое возрождение России. 2021. № 4.
10. *Лавриненко П. А. и др.* Транспортная доступность как индикатор развития региона // Проблемы прогнозирования. 2019. № 6. С. 136–146.