

**Создание кластера промышленного туризма на территории
Тульской области**

Creating an industrial tourism cluster on the territory of Tula region

Пономарева И.Ю. Сёмочкин А.А.

I. Ponomareva, A. Semochkin

В статье рассматриваются исторические причины развития промышленного туризма. Приводится опыт Рурской области по трансформации из промышленного региона в один из культурных центров Германии, а также пример создания промышленного туристического кластера в Удмуртии. Проводится SWOT-анализ развития промышленного туризма в Тульской области и излагаются предпосылки создания кластера промышленного туризма в регионе. Формируются этапы проектирования кластера.

The article discusses the historical reasons for the development of industrial tourism. The experience of the Ruhr region in transforming from an industrial region into one of the cultural centers of Germany is given, as well as an example of creating an industrial tourism cluster in Udmurtia. A SWOT analysis of the development of industrial tourism in the Tula region is carried out and the prerequisites for creating an industrial tourism cluster in the region are outlined. The cluster design stages are formed.

Ключевые слова: туристический кластер, промышленный туризм, SWOT-анализ.

Keywords: tourism cluster, industrial tourism, SWOT analysis.

Вопрос смены направления деятельности ряда старопромышленных регионов возник перед государствами в конце XX в. Этому поспособствовал ряд факторов:

- становление идеи устойчивого развития;
- включение экологического вопроса в повестку дня;
- закат индустриального общества и др.

Попытки использования индустриального наследия послужили толчком к развитию промышленного туризма.

Одним из ярких примеров реорганизации производства является Рурская область в Германии, основу экономики которой долгое время составляли предприятия горнодобывающей и металлургической отраслей. Но комплексное развитие территории и грамотное использование промышленного наследия позволили превратить Рурскую область из депрессивного и проблемного района в современный регион, который в настоящее время является одним из культурных центров Германии.

Если обратиться к современным российским примерам развития промышленного туризма, то определенный интерес вызывает проект создания туристического кластера «Удмуртия ЗАВОДит». Пример Удмуртии примечателен тем, что для развития промышленного туризма планируется использовать кластерный подход. На наш взгляд, именно это направление является перспективным для Тульской области.

Тульская область обладает значительным туристическим потенциалом. Турпоток в регион стабильно растет в последние годы (рис. 1) [5].

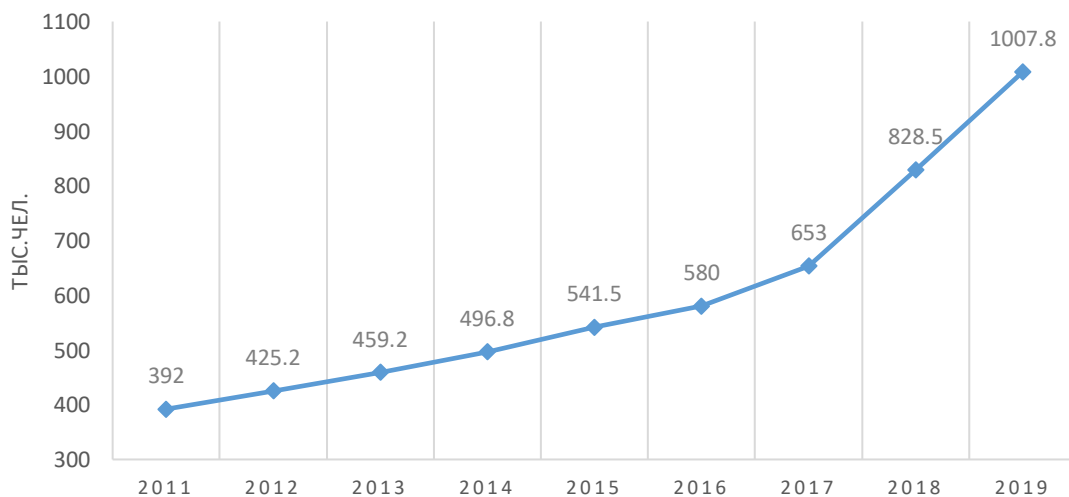


Рис. 1. Турпоток в Тульскую область за период 2011 – 2019 гг.

В принятой «Стратегии развития туризма на территории Тульской области на период до 2035 г.» особое внимание уделяется кластерному развитию территорий.

Кластер – объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами [2]. Туристический кластер – это совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, созданных по решению правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых правительством РФ [3].

Согласно данной стратегии на территории Тульской области уже выделены следующие туристические кластеры:

- «Тульский».
- «Окский».
- «Куликовский».
- «Русские усадьбы».
- Территория перспективного развития «Юго-запад».

Создание промышленного туристического кластера станет логичным продолжением политики, заложенной в «Стратегии развития туризма на территории Тульской области на период до 2035 г.».

В настоящее время на территории Тульской области действует более 120 предприятий, относящихся к различным сферам промышленности [1].

Среди всех предприятий особняком стоит Тульский оружейный завод, основанный в 1712 г. В силу его оборонного профиля, проведение экскурсий на территории на данный момент невозможно, однако туристов может заинтересовать музей при предприятии [6].

Помимо оружейного завода интерес для туристов могут представлять другие предприятия оборонного профиля (АО «Научно-производственное объединение «СПЛАВ»; АО «АК «Туламашзавод», АО «Конструкторское бюро приборостроения им. академика А. Г. Шипунова»). Эти предприятия закрыты для экскурсий, однако имеют собственные музеи и выставочные комплексы.

Бренд «Белевская пастила» известен далеко за пределами Тульской области. Производитель данной продукции, фабрика «Старые традиции», уже проводит экскурсии по территории предприятия, пользующиеся популярностью у туристов.

Помимо этого, экскурсии, привлекающий значительное количество туристов, проводятся на территории Тульского молочного комбината, Тульского пивоваренного завода (ООО «Пивоваренная компания Балтика»).

Примером правильного использования индустриального наследия может служить городское пространство «Октава» [4], обустроенное на территории завода, производившего аудиотехнику. На данный момент творческий индустриальный кластер «Октава» включает: техническую библиотеку, лабораторию-мастерскую «Фаблаб», студию звукозаписи Oktavalab, высшую техническую школу. Но главным объектом пространства является современный мультимедийный музей станка, открытый 23 апреля 2018 г.

Для более четкой оценки современного состояния промышленного туризма в Тульской области проведем SWOT-анализ (таблица 1).

Таблица 1

SWOT-анализ развития промышленного туризма в Тульской области

| Внутренние факторы | Внешние факторы |
|---|---|
| <i>Сильные стороны</i> | <i>Возможности</i> |
| 1. Наличие значительного числа объектов показа. 2. Наличие брендов, связанных с промышленным туризмом. 3. Заинтересованность властей региона в развитии туризма. 4. Рост турпотока в Тульскую область. | 1. Повышение узнаваемости предприятий. 2. Увеличение количества туристов. 3. Использование индустриального наследия региона. 4. Увеличение доходов предприятий от туризма. |
| <i>Слабые стороны</i> | <i>Угрозы</i> |
| 1. Слабое информационное сопровождение объектов показа. 2. Незаинтересованность руководителей предприятий в развитии туризма. 3. Невысокая квалификация персонала, проводящего экскурсии на предприятиях. 4. Дополнительные затраты предприятий на организацию условий для проведения экскурсий. | 1. Конкуренция со стороны других регионов. 2. Мировой экономический кризис. 3. Инфраструктурная неготовность предприятий. 4. Проблемы с обеспечением безопасности. |

На основании данных таблицы 1 построим матрицу SWOT-анализа (таблица 2).

| | | О | | | | Т | | | |
|----------|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| S | 1 | + | + | + | + | + | | | |
| | 2 | + | + | + | + | + | | | |
| | 3 | + | + | + | | + | | + | + |
| | 4 | + | + | + | + | + | | | |
| W | 1 | + | | | | + | | | |
| | 2 | + | + | + | + | + | | + | + |
| | 3 | | | | + | + | | | |
| | 4 | | | + | + | | + | | + |

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа

Анализ данных таблицы 2 показывает, что имеется возможность реализации возможностей с опорой на сильные стороны при частичном игнорировании угроз.

Оценка степени влияния возможностей и угроз представлена в таблице 3. Можно отметить, что такие возможности как «Повышение узнаваемости предприятий» и «Увеличение количества туристов» могут оказать значительное влияние, а вероятность их реализации достаточно высока.

Таблица 3

Матрица возможностей и угроз

| Возможности | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|----------------|
| Вероятность использования возможности | Влияние | | | |
| | Сильное | Умеренное | Малое | |
| Высокая | 1 | 4 | | |
| Средняя | 2 | 3 | | |
| Низкая | | | | |
| Угрозы | | | | |
| Вероятность реализации угрозы | Возможные последствия | | | |
| | Разрушение | Критическое состояние | Тяжелое состояние | «Легкие ушибы» |
| Высокая | | 2 | 3 | |

| | | | | |
|---------|--|--|---|---|
| Средняя | | | 1 | 4 |
| Низкая | | | | |

В то же время такие угрозы как «Мировой экономический кризис» и «Инфраструктурная неготовность предприятий» могут нанести значительный ущерб, и шанс этого достаточно велик.

По итогам анализа можно сделать вывод, что Тульская область обладает значительными ресурсами для создания промышленного туристического кластера, что позволит в полной мере использовать имеющиеся возможности и сильные стороны региона.

Этапы создания промышленного туристического кластера и краткое описание деятельности представлены в таблице 4.

Таблица 4

Этапы создания кластера

| Этап | Наименование | Основная деятельность |
|----------|---|--|
| I этап | Построение предварительной идеализированной модели кластера | <ul style="list-style-type: none"> • разработка предварительной схемы структуры туристического кластера; • определение цели и задач, а также стратегии туристического кластера в целом; • выявление ресурсной поддержки кластера. |
| II этап | Включение кластера в программу развития региона | <ul style="list-style-type: none"> • создание маркетинговой службы; • организация коллегиального управления; • включение представительства властей. |
| III этап | Разработка программы развития кластера | Формирование модели научно обоснованной программы развития с непосредственным участием научной службы, маркетинговой службы, коллегиального органа и представительства от местных органов управления. |
| IV этап | Объединение всех участников кластера в единый блок | <ul style="list-style-type: none"> • организация коммуникационных связей между участниками; • согласование действий и совместных целей; • распределение деятельности. |
| V этап | Проведение пробной деятельности | Непосредственная деятельность туристического кластера, проводится |

| Этап | Наименование | Основная деятельность |
|------|--------------|--|
| | | детальный анализ результатов, разработанная программа корректируется в процессе работы кластера. |

Тульская область исторически связана с именами промышленников Баташева, Демидова, Мосолова. За регионом плотно закрепилось звание «мастерской» России, именно поэтому необходимо обратить особое внимание на развитие промышленного туризма и использовать весь потенциал, имеющийся в данном направлении.

Создание промышленного туристического кластера соответствует вектору развития туризма, взятому правительством Тульской области. Это позволит интенсивнее продвигать регион в данном направлении и лучше использовать ресурсный потенциал.

Литература

1. Богомолова К.О., Танкиева Т.А., Пономарева М.В. Развитие промышленного туризма в Тульской области // Сервис в России и за рубежом, 2018. №3 (81). С. 63 – 78.
2. Вязовик С. М. Институциональные аспекты функционирования туристско-рекреационной дестинации // Регион. экономика. Юг России, 2017. 372 с.
3. Королева О.В., Черевичко Т.В. Туристские предпочтения россиян как фактор развития внутреннего туризма // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы, 2016. 294
4. Пономарева И.Ю., Теплова В.В. Реновации промышленных территорий и объектов в современные туристические пространства (опыт Тульской области) // в сборнике: Физическая культура, спорт и здоровье студенческой молодежи: проблемы и перспективы развития. Материалы XIV Международной научно-практической конференции. 2019. С. 683-689.

5. Портал открытых данных Правительства Тульской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.opendata71.ru/opendata/7107117910-sdortvto/table> (Дата обращения 16.10.2020).

6. Танкиева Т.А., Пономарева М.В. Разработка подходов к организации индустриального туризма в старопромышленном регионе // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. №1 (61). Номер статьи: 6109. Дата публикации: 2020-03-31. Режим доступа: <https://eee-region.ru/article/6109/>.