

Перспективы развития туризма в Удмуртской Республике

Сергей А. Маненков^{a, @}; Анна П. Маненкова^b

^a Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия, г. Санкт-Петербург

^b Национальный исследовательский университет ИТМО, Россия, г. Санкт-Петербург

@ sergei.manenkov@gmail.com

Поступила в редакцию 12.03.2020. Принята к печати 15.04.2020.

Аннотация: Целью данного исследования является выявление взаимосвязи промышленного, делового и этнокультурного туризма на примере Удмуртской Республики. Рассмотрение различных сегментов туристской отрасли является актуальным вектором институционального развития экономики традиционных ресурсодобывающих и промышленных регионов. Основной гипотезой является использование промышленно-аграрной специализации Удмуртии как метода диверсификации экономики региона применительно к туристской отрасли и сфере услуг. Наиболее эффективной площадкой продвижения локальных брендов и дифференцирования сегментов туристской отрасли является конгрессно-выставочная деятельность, что стало одним из объектов данного исследования. Также в качестве объектов исследования рассматриваются современное состояние реализации стратегии развития промышленного туризма и влияние культурно значимых брендов на общий имидж региона. Учитывая недостаточно сильное развитие в Удмуртской Республике сектора делового туризма, его катализатором могут стать основные направления экономической деятельности, наряду с богатой этнокультурной составляющей, в качестве неотъемлемой части промышленного и делового туризма. Методологическая основа проведенного исследования – системный подход, позволяющий выявить и структурировать основные потенциальные направления культурной и экономической деятельности Удмуртской Республики. Расширение границ традиционной отраслевой специализации направлено на формирование предпосылок развития промышленного туризма и активизации конгрессно-выставочной деятельности как одного из ключевых драйверов экономического роста регионального валового продукта и туристской отрасли в целом. Применение данного метода позволит сформировать необходимый уровень компетенций по формированию качественного туристского продукта региона, который увеличит долю сферы услуг в общей экономической структуре Удмуртии.

Ключевые слова: промышленный туризм, культурно-познавательный туризм, конгрессно-выставочная деятельность, Ижевск, туристский продукт, дестинация

Для цитирования: Маненков С. А., Маненкова А. П. Перспективы развития туризма в Удмуртской Республике // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5. № 2. С. 232–241. DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241>

Введение

Туризм на сегодняшний день является одним из самых быстрорастущих секторов сферы услуг. Существуют различные виды туризма, среди которых отдельно выделяется деловой туризм как один из самых высокодоходных. К сожалению, в России сфера делового туризма не имеет такого же массового развития, как рекреационный, а имеет лишь локальный и ограниченный эффект в крупных городах, которые и так являются центрами притяжения бизнеса и конгрессно-выставочной деятельности: Санкт-Петербург, Москва, Екатеринбург. Однако у других городов существует огромный потенциал для развития туристской отрасли за счет использования потенциала регионов по альтернативным сегментам сферы туризма.

В качестве примера будет рассмотрена Удмуртская Республика. Несмотря на достаточно небольшую площадь территории (57 место среди субъектов РФ), Удмуртская Республика является развитым промышленно-аграрным регионом¹. На официальном сайте региона выделяют туристический комплекс, в который включены, согласно официальным данным, около 2,5 тыс. объектов и 150 частных хозяйствующих субъектов, развивающих сельский туризм². Использование данной отраслевой специализации региона может оказать положительный эффект в продвижении промышленного туризма, этнокультурного туризма и потенциально – в активизации конгрессно-выставочной деятельности на территории республики.

¹ Общая информация // Официальный сайт Главы Удмуртской Республики и Правительства Удмуртской Республики. Режим доступа: <http://www.udmurt.ru/region/> (дата обращения: 03.12.2019).

² Там же.

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241

Методы и материалы

Проведено исследование потенциала промышленного и культурного туризма, а также оценка предполагаемого воздействия конгрессно-выставочной деятельности на рынок товаров и услуг Удмуртии. Наиболее актуальным методом комплексного продвижения региона станет системный подход. Изучение уникальных характеристик, отражающих экономическую деятельность региона, может образовать единую целостную структуру, формирующую единый мультикомпонентный туристский продукт. Что касается самого термина *туристский продукт*, то согласно классификации Всемирной туристской организации (ЮНВТО) он представляет собой «комбинацию материальных и нематериальных элементов, включающих в себя природные, культурные, созданные человеком объекты, а также объекты, услуги и реализуемые мероприятия с ядром туристской дестинации»³. В качестве ядра будет использована столица – г. Ижевск, в качестве дестинации – Удмуртия, которые являются объектами системного анализа. В рамках нашего исследования будут изучены и затронуты существующие направления туристской деятельности и брендов Удмуртской Республики в целом. Промышленный сектор является визитной карточкой региона, однако, в отличие от ряда других крупных промышленных центров, республика имеет богатую культурную составляющую [1], которая позволяет развивать событийную деятельность, этнокультурный, деловой, рекреационный и познавательный туризм, что может способствовать взаимному продвижению всех сегментов сферы туризма. Применительно к Удмуртской Республике анализ туристского потенциала на основе существующих промышленных предприятий и сферы культуры является достаточно актуальным направлением, учитывая недостаточно развитый сектор туризма до 1991 г., т. к. партийный аппарат считал Удмуртию «неперспективным регионом для развития въездного туризма» [2]. В рамках данной работы были изучены отраслевые особенности промышленных предприятий региона с оценкой влияния на продвижение промышленного туризма.

В данной работе на примере Удмуртской Республики исследована взаимосвязь между тремя направлениями туристской деятельности: промышленным, культурным и деловым. В настоящее время уделяется недостаточно внимания комплексной разработке диверсифицированного туристского продукта, т. к. каждый из сегментов рассматривается как обособленный вид туристской деятельности. Однако совокупный положительный эффект

возможен в случае проведения совместной кооперации различных направлений. Конгрессно-выставочная деятельность способна стать не только инструментом продвижения каждого из вышеупомянутых направлений, но и эффективным структурным элементом, аккумулирующим деловую активность и инвестиционную деятельность Удмуртии.

Выбор региона исследования обусловлен наличием не только тяжелой сталелитейной и оружейной промышленности, но и уникальным культурно-рекреационным потенциалом. Узнаваемые бренды оборонных предприятий привлекают массового туриста, способны привлечь и профессионала с деловыми целями. Тенденции последних лет отражают наличие устойчивого роста туризма, согласно статистическим данным ЮНВТО⁴, не только развитой промышленности, но и богатого культурного потенциала, что дает нам представление о возможном взаимодополняющем эффекте по продвижению региона.

Результаты

Официальный сайт исполнительной ветви власти региона не содержит достаточного количества информации про промышленный, деловой туризм или конгрессно-выставочную деятельность, несмотря на наличие огромного потенциала Удмуртской Республики в развитии данного направления. У городов, имеющих или сохранивших свой промышленный статус, есть возможность превратить недостаток в виде ограниченных (или доминирующих) факторов в виде градообразующего предприятия в конкурентное преимущество в сфере делового туризма. Поиск новых направлений и диверсификация туристского продукта становятся необходимой основой для горизонтального увеличения доли на рынке. Использование промышленного бренда того или иного города может стать дополнительным фактором для привлечения новой целевой аудитории с профессиональными целями.

Стоит отметить, что развитие делового туризма не только даст новый импульс экономическому развитию региона, но и будет способствовать образованию дополнительных рабочих мест, что в конечном итоге окажет содействие повышению уровня мотивации для сохранения молодых профессиональных кадров и будет эффективной мерой противодействия по оттоку молодых специалистов за пределы Удмуртской Республики в поисках «лучшей жизни», поможет решить демографическую задачу региона, ведь по данным Удмуртстата, сейчас наблюдается падение численности населения⁵.

³ Product development. UNWTO Sustainable development goals // The World Tourism Organization (UNWTO) is a specialized agency of the United Nations. Режим доступа: <https://step.unwto.org/tourism-development-products> (дата обращения: 10.12.2019).

⁴ UNWTO Tourism Highlights 2019 Edition. P. 6. Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (дата обращения: 26.12.2019).

⁵ Официальная статистика. Население // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Удмуртской республике. Режим доступа: http://udmstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/udmstat/ru/statistics/population/ (дата обращения: 03.12.2019).

Развитие узкоспециализированного туристического кластера, согласно классификации, разработанной С. Ю. Гришиным [3], в сочетании с концентрацией рыночной конъюнктуры на региональном уровне сможет обеспечить в среднесрочной перспективе несколько позитивных результатов:

- 1) развитие деятельности промышленных предприятий;
- 2) получение мультипликативного экономического эффекта всеми предприятиями туристической индустрии Удмуртской Республики;
- 3) продвижение туристического бренда нового формата;
- 4) расширение охватываемых туристских рынков в сочетании с диверсификацией регионального туристского продукта.

Развитие рынка услуг в сфере туризма на существующей промышленной базе будет иметь положительный эффект и для расширения деятельности самих предприятий. На сегодняшний день, по оценке правительства Удмуртии, вклад промышленного сектора в Валовой региональный продукт (ВРП) составляет около 69 %⁶ (табл. 7). В разрезе итогов первого полугодия в Приволжском Федеральном округе Удмуртия занимает уверенные лидирующие позиции (111,3 % прироста за первое полугодие 2019 г. по отношению к 2018 г.), в то время как средний показатель по стране составляет 102,6 %⁸. Подобная тенденция роста ведущего сектора региональной экономики подтверждает возможность усиления интеграционных процессов туристского рынка и промышленных предприятий в целях разработки альтернативных направлений развития Удмуртской Республики.

Табл. Структура Валового регионального продукта Удмуртской Республики

Tab. Gross value product of the Udmurt Republic

Основные отрасли	млрд руб.	%
Промышленное производство	705,1	69
Розничная торговля	255	25
Сельское хозяйство	66	6

Промышленный туризм – новое предложение на рынке отечественного туризма?

Промышленный туризм не является новым направлением на международном рынке услуг. Ряд ведущих мировых предприятий (*Toyota*⁹, *Chevron Corporation*¹⁰, *Airbus*¹¹ и др.) уже давно распространили практику возможности посещения организованными туристическими группами своих производств. Для этих целей были подготовлены специальные маршруты на территориях предприятий, обучены сотрудники, при наличии технических возможностей оборудована доступная среда. Возможность увидеть напрямую процесс создания того или иного продукта или услуги, ознакомиться с технологией производства, получить необходимую информацию в рамках данных мероприятий способствует формированию позитивного отношения к бренду.

Несмотря на серьезный потенциал и важность данного вида туристской деятельности не только в экономическом, но и в просветительском контексте, нет единой программы развития промышленного туризма в нашей стране. Развитие данного направления на сегодняшний день выносится на повестку дня только в рамках специализированных дискуссий по продвижению данного сегмента туристской отрасли.

Промышленный туризм мало известен в России, но вовсе не является новым направлением для нашей страны. Для данного направления разработан и утвержден ГОСТ, который стандартизирует промышленный туризм и классифицирует его как «посещение действующих предприятий или осмотры объектов промышленного наследия»¹².

Помимо регламентирующей деятельности нормативно-правовой документации, в нашей стране были проведены исследования в сфере промышленного туризма и его позиций в общей структуре туристского комплекса регионов России. Например, Р. В. Кадыров делает акцент на создании и реализации программ развития малых городов Татарстана. основополагающим элементом в данном контексте может стать стратегия радикального развития по перераспределению туристских потоков, т. к. на сегодняшний день наиболее развитым

⁶ Правительство Удмуртии одобрило прогноз социально-экономического развития республики на 2020 год // Официальный сайт Главы Удмуртской Республики и Правительства Удмуртской Республики. 28.10.2019. Режим доступа: http://www.udmurt.ru/about/info/news/?ELEMENT_ID=322574 (дата обращения: 09.12.2019).

⁷ Отдельные показатели социально-экономического развития субъектов РФ в ПФО в январе-июне 2019 года // Официальный сайт Государственного совета Удмуртской республики. Режим доступа: <http://www.udmgossovvet.ru/consist/apparatus/activity/proceedings/stat/> (дата обращения: 09.12.2019).

⁸ Там же.

⁹ An Introduction to Toyota Plant Tours // Toyota Motor Corporation. Режим доступа: https://www.toyota.co.jp/en/about_toyota/facility/toyota_kaikan/factory/about.html (дата обращения: 03.12.2019).

¹⁰ Lee J. Chevron re-establishes popular refinery tours // DesertNews. 30.05.2015. Режим доступа: <https://www.deseret.com/2015/5/30/20565764/chevron-re-establishes-popular-refinery-tours#austin-ruppert-operations-assistant-leads-a-bus-tour-of-the-chevron-refinery-in-salt-lake-city-on-saturday-may-30-2015> (дата обращения: 03.12.2019).

¹¹ Let's visit Airbus. Company tours. Air and space // Tourisme de Toulouse. Режим доступа: <https://www.toulouse-visit.com/let-s-visit-airbus/blagnac/rcumid031fs00038> (дата обращения: 03.12.2019).

¹² Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг (с Поправкой). ГОСТ Р ИСО 13810-2016 // Электронный фонд нормативно-правовой документации. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200142466> (дата обращения: 03.12.2019).

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241

направлением Татарстана является Казань. Высокий процент культурно-рекреационного туризма в общей структуре наглядным образом подтверждает тезис о востребованности развития альтернативных направлений. Р. В. Кадыров отмечает значение необходимости привлечения в такие города государственных структур, представителей бизнес-обществ для проведения необходимого обмена информацией, т. к. зачастую представители регионального уровня власти не обладают должными компетенциями в сфере привлечения инвестиций, опытом и знаниями в маркетинге и брендинге дестинаций, которые играют очень важную роль при создании туристских кластеров [4].

А. В. Усова и Г. А. Ковшикова пришли к выводу об отсутствии единого понимания терминологической базы промышленного туризма, т. к. в разных странах и культурах он трактуется совершенно разным способом, в связи с чем целесообразно использовать принятый ГОСТ в сфере услуг промышленного туризма. Также авторы рассматривают развитие промышленного туризма в развитой инфраструктурной среде Северо-Западного региона с акцентированием на детско-юношескую целевую аудиторию [5].

Безусловно, формирование качественного представления о промышленном потенциале региона среди школьной аудитории будет играть важную роль при долгосрочных стратегиях развития данного направления экономики региона, однако в краткосрочной и среднесрочной перспективе более интенсивному росту как туризма, так и промышленности в целом будет способствовать привлечение бизнес-клиентов, которых интересует не только технологический процесс производства, но и возможность заключения контрактов на взаимовыгодных с предприятием условиях. Соответственно, более эффективное развитие данного сегмента сферы туризма окажется возможным при более широком охвате целевых аудиторий с различными профессиональными целями. Дифференциация целевой аудитории на более высокодоходную группу потенциальных клиентов и внедрения бизнес-подхода в промышленные экскурсии полного производственного цикла становятся удачным этапом в реализации стратегии развития и делового туризма в том числе, т. к. обсуждение технологий производства с возможностью демонстрации продукции является более убедительным форматом, который может давать более высокий положительный эффект не только сегментам туристской отрасли, но и экономике региона.

В РФ есть примеры удачной реализации промышленного туризма: Уралвагонзавод в Нижнем Тагиле

и Иж-Авто в Ижевске успешно проводят экскурсии на свои производства. Проведение экскурсий на промышленных предприятиях развивает интерес и среди местного населения, и среди туристов. Организация музейных экспозиций и возможность посещения производственного цикла являются достаточно востребованными, что подтверждается на примере Иж-Авто, который проводит ежегодно дни открытых дверей. Посещаемость в 30 тыс. человек доказывает, что такой формат является достаточно популярным и требует разработки подобных программ и туров на постоянной основе¹³. Увеличение частоты таких туров и обеспечение квалифицированных гидов-экскурсоводов способно репозиционировать имидж дестинации как комфортной среды для туристов [6].

Продолжая развитие промышленного туризма, главой республики А. В. Бречаловым было подписано соглашение с руководителем Федерального агентства по туризму О. П. Сафоновым, направленное на создание условий развития промышленного туризма на территории Удмуртской Республики. Данное соглашение можно назвать первым шагом по реализации одной из стратегических задач для всей отечественной туристической отрасли. Стоит отметить, что подписание данного документа состоялось на площадке проведения Российского Инвестиционного Форума в Сочи в 2018 г., одного из крупнейших форумов страны¹⁴. Подписание данного соглашения в рамках одного из ведущих форумов страны демонстрирует значимость конгрессно-выставочной деятельности как инструмента институционального развития региональных экономик и диверсификации туристских продуктов на уровне субъектов России.

Позднее главой Удмуртской Республики был анонсирован проект «Удмуртия ЗАВОДит», который предполагал начало практической реализации инициатив промышленного туризма, однако не все предприятия оказались готовы к приему туристов и демонстрации своих площадей. При этом ранее, на заседании «Совета по развитию промышленного туризма РФ» в ноябре 2018 г., было сказано, что сфера промышленного туризма «практически не требует дополнительных инвестиций»¹⁵.

В рамках осуществления деятельности по продвижению туристических услуг Удмуртской Республики в июне 2016 г. был создан туристско-информационный центр Удмуртской Республики, который занимается разработкой и продвижением региональных туристских продуктов, в том числе и в сфере промышленного туризма. На сайте данной организации можно найти перечень предприятий, которые организуют промышленные туры,

¹³ День открытых дверей пройдет на Ижевском автозаводе 14 декабря // Моя Удмуртия. 04.12.2019. Режим доступа: <http://www.myudm.ru/news/2019-12-04/den-otkrytyh-dverej-projdyot-na-izhevskom-avtozavode-17-dekabrya-foto> (дата обращения: 05.12.2019).

¹⁴ Ростуризм и Удмуртская Республика подписали соглашение о создании условий для развития промышленного туризма // Федеральное агентство по туризму. 16.02.2018. Режим доступа: https://www.russiatourism.ru/news/14851/?sphrase_id=490799 (дата обращения: 24.07.2019).

¹⁵ Совет по развитию промышленного туризма в Российской Федерации подвел итоги работы за год // Федеральное агентство по туризму. 27.11.2018. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/16140/> (дата обращения: 03.12.2019).

со ссылкой на возможность отказа в доступе на предприятие¹⁶. Среди таких предприятий отмечаются следующие:

- 1) АО «Ижевский механический завод»;
- 2) ООО «ЛАДА Ижевский Автомобильный Завод»;
- 3) АО «Ижевский мотозавод "Аксион-холдинг"»;
- 4) ПАО «Ижсталь»;
- 5) АО «Тепличный комбинат»;
- 6) ООО «Ижевский завод тепловой техники»;
- 7) АО «Сарапульский электрогенераторный завод»;
- 8) ОАО «Сарапульский ликероводочный завод»;
- 9) ОАО «Элеконд»;
- 10) ГК «Беспилотные системы»;
- 11) ЗАО «Шаркан-Трикотаж»;
- 12) АО «Ижевский электромеханический завод "Купол"».

Однако на деле только ПАО «Ижсталь» оказалась готова к приему туристов и проведению экскурсий по ознакомлению с полным циклом технологического процесса сталелитейной промышленности. «Аксион-холдинг» готов к демонстрации только музея завода. Предложение интерактивных сервисов туристам наряду с демонстрацией процессов технологического производства будет способствовать укреплению устойчивых ассоциаций с брендом. Вместе с тем предоставление возможности наблюдения за конвейерными операциями во время туров способно усиливать лояльность туристов не только к бренду, но и к дестинации в целом [7].

Как было упомянуто выше, в феврале 2018 г. было достигнуто соглашение о развитии промышленного туризма в Удмуртии с О. П. Сафоновым. Согласно этому документу, предполагалось использование и продвижение бренда Удмуртии как оружейной столицы России, т. к. узнаваемость бренда *Калашников* достаточно высока в международном масштабе. С учетом высокого промышленного значения предприятий оборонной сферы для местной экономики существует возможность развития данного туристского продукта. Однако сам концерн «Калашников» апеллирует спецификой оборонного сектора и невозможностью внедрения практик доступа посетителя на производство¹⁷.

Исходя из данных, несмотря на подписанное соглашение, попытку цифровизации продукта промышленного туризма, запуск проекта для продвижения данного сегмента туристской деятельности и существующего потенциала для развития рассматриваемого сегмента туризма на сегодняшний день оказывается недостаточно. В качестве одного из возможных альтернативных направлений

по развитию промышленного туризма может стать редевелопмент объектов индустриального наследия. Данное направление способно сохранять функционирование обособленной деятельности закрытых предприятий, укрепляя при этом вектор развития промышленного туризма как метода продвижения туристской дестинации, который в свою очередь оказывает влияние на улучшение имиджа дестинации, становясь альтернативным источником занятости населения и источником косвенного и прямого дохода региональной экономики [8].

Конгрессно-выставочная деятельность как инструмент продвижения промышленного туризма

Учитывая богатое промышленное наследие, высокую долю промышленности в общей структуре ВРП Удмуртии, стоит сделать вывод о наличии потенциала развития сегмента промышленного туризма в Удмуртской Республике. Однако, его комплексное продвижение следует рассмотреть с использованием одного из самых эффективных инструментов по продвижению дестинаций – конгрессно-выставочной деятельности.

В данном контексте возможно как продвижение существующих, но недостаточно востребованных направлений туристской отрасли внутри Удмуртии, так и создание совершенно новых продуктов или услуг. Помимо промышленного, необходимо уделить внимание и деловому туризму как одному из самых высокодоходных сегментов туризма.

Эффективными площадками для установления диалога и продвижения различных товаров или услуг, в том числе и промышленного туризма, являются форумы и выставки. Данное направление в туристской отрасли нередко структурируется отдельным направлением в экономике, а именно конгрессно-выставочной деятельностью. Площадки таких мероприятий нередко становятся способом притяжения различных бизнесменов, деловых кругов, органов государственной власти и пр., что имеет прежде всего положительный эффект в сфере привлечения инвестиций, социально-экономической ситуации в регионе, создание рабочих мест и общее повышение имиджа и узнаваемости.

Организация и ежегодное проведение «Оружейного форума» в г. Ижевск, учитывая экономическую специфику региона, является вполне закономерным. Площадками для проведения данного мероприятия, согласно буклету, размещенному на сайте форума в 2019 г., стали отель *Raddison Blu* и Государственный театр оперы и балета¹⁸. Использование театра как неспециализированной площадки¹⁹ для проведения конгрессно-выставочного

¹⁶ Industrial tourism // Visit Udmurtia. Режим доступа: <http://en.visitudmurtia.ru/#rec139967924> (дата обращения: 19.11.2019).

¹⁷ Шамаева Я. Удмуртия не ЗАВОДит. Почему пробуксовывает развитие промышленного туризма в республике // Российская газета – Экономика Поволжья. 13.06.2019. № 125(7883). Режим доступа: <https://tg.ru/2019/06/11/reg-pfo/pochemu-probuksovyvaet-razvitie-promyshlennogo-turizma-v-udmurtii.html> (дата обращения: 19.11.2019).

¹⁸ День Оружейника. Режим доступа: <http://xn--80ahdaengjwdhy3b1i.xn--p1ai/> (дата обращения: 19.11.2019).

¹⁹ Показатели деятельности коллективных средств размещения в 2009–2018 гг. // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Удмуртской республике. Режим доступа: https://udmstat.gks.ru/storage/mediabank/Показатели_деятельности_коллективных_средств_размещения_в_2009-2018_гг.pdf (режим доступа: 20.11.2019).

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241

мероприятия не позволяет учитывать данное событие на конгрессной карте в полном объеме. Отсутствие доступной информации о технических характеристиках единственного выставочного центра «Удмуртия» в г. Ижевск не позволяет объективно оценить возможности использования данного комплекса для организации крупных конгрессно-выставочных мероприятий, собирающих более 5000 участников. Создание таких крупных центров, способных одновременно вмещать несколько тысяч участников, требует значительных инвестиционных капиталовложений. Несмотря на то, что организация крупного мероприятия с учетом экспортной деятельности оборонно-промышленного сектора может оказать влияние не только на макроэкономику региона, но и всей страны, необходимо рассматривать наименее ресурсозатратные векторы развития промышленного и делового туризма. Данные направления не подвержены фактору «сезонности» и могут обеспечивать круглогодичный туристский поток при наличии необходимой ресурсной базы и инфраструктурной составляющей.

Подобная цифра по количеству участников (более 5000) в расчете на одно событие безусловно могла дать сильный импульс всеобъемлющего развития рынка услуг в Удмуртской Республике, но отсутствие сильной инфраструктуры сдерживает рост и развитие республики в данном направлении. Тенденция роста объектов размещения является положительным моментом для развития туристского рынка, но недостаточным для привлечения бизнес-туриста, т. к. общее число всех объектов размещения на 2018 г. составило 178 гостиниц, отелей, санаториев, общежитий и прочих мест, способных обеспечивать временное пребывание гостям республики²⁰, многие из которых не соответствуют статусу гостей, регулярно посещающих конгрессно-выставочные мероприятия. Строительство гостиниц категории 4 звезды и выше с наличием конференц-площадей на первом этапе сможет обеспечить качественный рост для организации деловых мероприятий более высокого уровня.

Обсуждение промышленного туризма в индустриальных регионах позволяет вырабатывать эффективные практические рекомендации для его развития, а также может стать базой для создания нового туристского продукта в конгрессно-выставочном направлении, что позволит изменить ситуацию в лучшую сторону. Возможность визуализации и ознакомления с существующей промышленно-производственной базой может стать дополнительным толчком для развития высокодоходного туристского сегмента. По мнению В. С. Боголюбова, такой подход к организации деловых мероприятий, площадки проведения которых «не ограничиваются узкими границами конгрессно-выставочного комплекса» [9],

позволяет реализовывать потенциал территорий совершенно на ином уровне. Подобный формат наглядной демонстрации современных инновационных промышленных разработок имеет следующие конкурентные преимущества:

- 1) минимизация издержек по организации мероприятий;
- 2) эффективность обмена опытом и мнениями;
- 3) создание и реализация новых продуктов посредством установленных деловых контактов на промышленных площадках.

Комплексная организация рынка конгрессно-выставочных услуг в регионах РФ, которые не имеют достаточно сильного присутствия на конгрессной карте страны, безусловно должна учитывать сложившиеся региональные бренды, предприятия, культуру. Реализация данного потенциала возможна при достижении всеобъемлющего эффекта и максимизации консолидационных процессов всех участников со стороны бизнеса и государства на региональном уровне. Как было упомянуто нами ранее, конгрессно-выставочная деятельность в России сосредоточена в нескольких крупных городах, поэтому регионы нашей страны нуждаются в альтернативных стратегиях развития данного сектора услуг. Наглядным и эффективным примером децентрализованных процессов по одновременному развитию как делового, так и промышленного туризма является пример Соединенных Штатов, который изучен в работе С. А. Боголюбовой. Феномен рынка делового туризма США и лидирующие позиции страны в рейтинге ICCA²¹ заключаются как раз в агрегации достижений и научных результатов со всего мира на площадках крупнейших Университетов [10]. Таким образом, в США нет городов, занимающих ведущие позиции на рынке мирового делового туризма, однако США можно назвать «мегакластером делового туризма». При этом С. А. Боголюбова отмечает значимость культурного потенциала и событийной активности для привлечения деловых кругов, приводя в пример известные события в Германии, несмотря на наличие более сильного в Европе конгрессно-выставочного кластера в Мадриде или Барселоне. Эти данные подтверждают необходимость полифункционального продвижения территорий по различным направлениям, что может дать общий положительный эффект.

Отметим важную тенденцию в современной конгрессно-выставочной деятельности: включение спортивной и культурной программ в официальную часть мероприятия. Данная деятельность не только привлекает инвестиции в экономику, но и повышает лояльность к региону проведения в глазах участников события. В некоторых случаях культурная программа играет роль просветительского элемента и для местных жителей. Примером данного факта

²⁰ Там же.

²¹ ICCA Statistics Report Country & City Rankings Public Abstract // ICCA. Режим доступа: <https://www.iccaworld.org/newsarchives/archivedetails.cfm?id=1100291> (дата обращения: 18.11.2019).

может служить организация официальных концертных программ на Дворцовой площади для всех желающих в дни проведения Петербургского Международного Экономического Форума²². Ведущий экономический форум страны, являясь передовой площадкой продвижения различных секторов экономики, наглядным образом демонстрирует возможность совместной реализации промышленного и культурного потенциала всех регионов страны для участников мероприятия, открывая возможности регионам РФ для развития и продвижения собственных региональных брендов и мероприятий по узкоспециализированным тематикам.

В чем уникальность бренда Удмуртского туристского продукта?

Удмуртская Республика имеет огромное количество уникальных брендов и продуктов, которые она готова предложить на внутреннем и международном туристском рынке. Что касается конгрессно-выставочной деятельности, которая подразумевает не только посещение производственной базы, заключение контрактов, дискуссии на профильную деловую повестку дня, то необходимым явлением становится и использование культурного потенциала территорий. Такими направлениями в Удмуртии могут стать этнокультурный и рекреационно-познавательный туризм, т.к. республика имеет ряд сложившихся брендов, положительно влияющих на узнаваемость и развитие всех смежных направлений в туризме. Изучение этнокультурного и сельского туризма наглядным образом отражено в работе С. И. Чукавина и др., которые отмечают Удмуртию как «удачное направление для новых путешествий выходного дня», подчеркивая широкое разнообразие флоры, фауны, культуры и природных ландшафтов, что является важной составляющей самобытности Удмуртской Республики [11]. Учитывая тенденцию растущего спроса на экологические направления в туризме, включение данной повестки в обсуждение в рамках деловой программы конгрессно-выставочных мероприятий или в качестве одного из элементов культурной программы, является актуальным направлением, которое может подчеркивать уникальность и самобытность дестинации.

Существующими международно-известными брендами, не требующими проведения серьезных маркетинговых мероприятий по повышению узнаваемости, по мнению экспертов туристической отрасли, являются: Чайковский, Калашников, Бурановские бабушки²³. С. А. Рябая придерживается позиции существования двух международно-признанных брендов республики, переводя коллектив Бурановских бабушек в разряд «продвигаемых

региональных брендов» [12]. На наш взгляд, данный тезис не отражает современные реалии, т.к. успех фольклорного коллектива на музыкальном конкурсе «Еurovision-2012» в Баку способствовал международной узнаваемости данного бренда. Достигнутые результаты на международной арене повысили интерес к региону не только у россиян, но и за рубежом, т.к. исполненная песня на удмуртском языке повысила интерес к коллективу и региону в Финляндии, Венгрии, США и других странах²⁴.

Помимо международно-узнаваемых, Удмуртия имеет ряд уникальных региональных брендов, которые могут стать катализатором развития новых туристских направлений не только на внутреннем, но и на международном рынке. Следует уделить внимание таким новым, недостаточно развитым на сегодняшний день в глобальном масштабе региональным брендам, как:

1. Город Ижевск – оружейный центр России.
2. Пельнянь (удмуртский язык: ухо из теста), родина Пельменей.
3. Тол Бабай (усадебный дом Удмуртского Деда Мороза в с. Шаркан) и Снегурочки Лымы Ныл в дер. Титово.
4. Усадебно-резиденция Бабы Яги (Граховский район, дер. Котловка).
5. Сибирский тракт (музей каторжников и тракта в с. Дебёсы).
6. Поэты и писатели Удмуртии: Кузубай Герд, Флор Васильев, Ашальчи Оки.
7. Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай».

Развитие узкопрофильных региональных брендов на внутреннем и зарубежном рынках потребует серьезной работы со стороны квалифицированных специалистов и органов местной власти, т.к. появление и стремительный рост степени узнаваемости Бурановских бабушек в европейском охвате не следует рассматривать как систематическое повышение узнаваемости фольклорных направлений Удмуртской республики на внешних туристских рынках [13]. Бренды «Калашников» и «Чайковский» в свою очередь продвигают свои позиции в медиапространстве и событийном календаре Удмуртской Республики благодаря организации 100-летия со дня рождения известного инженера-конструктора в 2019 г. и 180-летию одного из величайших отечественных композиторов в 2020 г. соответственно [14]. Очень важна подготовка и вовлеченность жителей на местах, их профессионализм и заинтересованность в создании и разработке качественного туристского продукта. Этому вопросу посвящено исследование Т.А. Власовой, которая затрагивает важный аспект сохранения

²² Фестиваль культуры // Петербургский Международный Экономический форум. Режим доступа: <https://forumspsb.com/programme/cultural-programme/> (дата обращения: 18.11.2019).

²³ Саушина Д. Крокодилы Калашникова: что мешает развитию туризма в Удмуртии? // Информгентство «Сусанин». Режим доступа: https://susanin.news/longreads/krokodily_kalashnikova/ (дата обращения: 12.12.2019).

²⁴ Сааков Р. "Бурановские бабушки" из Удмуртии едут на Евровидение // Русская служба BBC. 08.03.2012. Режим доступа: https://www.bbc.com/russian/society/2012/03/120308_babushki_eurovision_interview (дата обращения: 13.08.2019).

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241

и развития уникальности регионального туристского продукта – отмечается значимость вовлечения местного населения. Необходимо обеспечивать качественную квалификационную подготовку кадров на местах, чтобы они эффективно могли владеть маркетинговыми инструментами, навыками финансового и экономического анализа, обладать возможностью влияния на деятельность муниципалитетов и развития туризма на местном уровне. Существует полемика в отношении предпринимателей и деятелей культуры относительно эксплуатации культурных объектов Удмуртской Республики. Ключевыми проблемами развития местного или сельского туризма, по мнению Т. А. Власовой, являются нехватка сопутствующей туристической инфраструктуры, недостаточная степень коммерциализации данного направления и отсутствие качественных мероприятий [15].

Развитие сложившихся брендов и продвижение новых может повысить конкурентоспособность Удмуртской Республики по привлечению въездных туристов. В первую очередь акцент может быть сделан на финно-угорские регионы как внутри страны (марийцы, чувашы, пермь и пр.), так и за рубежом (финны, эстонцы, венгры).

Заключение

Проведенное исследование наглядным образом продемонстрировало важность дискуссии и создания площадок для практического обсуждения взглядов и концепций по стратегическому планированию продвижения промышленного туризма. Сильные индустриальные регионы в век цифровой экономики должны прежде всего налаживать контакты и максимально эффективно учитывать достижение положительных результатов от комплексной реализации намеченных инициатив. Промышленный туризм способен развивать не только сами предприятия, а всю экономику республики в целом, тем самым создавая возможность по увеличению доли рынка услуг. За счет развития промышленного и культурного туризма, конгрессно-выставочной деятельности возможно не только увеличение доли рынка сферы услуг, но и общее достижение более высоких показателей по ВРП. Использование

тенденций устойчивого роста промышленного сектора относительно соседних регионов должно стать ключевым преимуществом по диверсификации предлагаемых товаров и услуг в Удмуртии.

Смещение акцента с традиционно привлекаемых групп населения с целью посещения туров промышленного и культурного туризма на потенциальных бизнес-клиентов ведущих предприятий региона способно активизировать конгрессно-выставочную деятельность и таким образом привлечь новую аудиторию к изучению и коммерциализации региональных брендов региона. Промышленно-аграрная специализация Удмуртии не является ограничением развития альтернативных направлений в туризме и видов экономической деятельности, а напротив, способствует дополнительному интересу и привлекательности своей территории на внутренних и международных рынках услуг.

Внимание органов федеральной и региональной власти к развитию данных видов деятельности подтверждают актуальность и существующий интерес общества в развитии промышленного туризма и конгрессно-выставочной деятельности. Исследование конъюнктуры каждого направления рынка с оценкой конкурентных преимуществ должны быть включены в полифункциональные программы регионального развития институтов, которые должны обеспечивать налаживание диалога и общения между производственными предприятиями, местными администрациями и всеми вовлеченными в процесс туристской отрасли организациями. В рамках проведенного исследования комплексной программы по поддержке промышленного туризма выявлено не было. Продвижение промышленного туризма испытывает определенные трудности в связи с нюансами предприятий оборонно-промышленного комплекса. Отсутствие регулярных экскурсионных программ и высоких производственных мощностей для генерации турпотоков в рамках конгрессно-выставочной деятельности является следствием ограниченных возможностей по выстраиванию диалога между субъектами отраслевой специализации и потенциальной дифференцированной клиентской аудиторией.

Литература

1. Кутыгина М. Д., Гай И. А. Анализ потенциала развития театрального туризма в Удмуртской Республике // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России: мат-лы Всерос. студенческой науч. конф. (Москва, 13–14 марта 2019 г.) М.: РГУФКСМиТ, 2019. С. 211–215.
2. Мерзлякова Г. В., Баталова Л. В. Формирование механизма управления развитием регионального туризма в Удмуртии // Приоритеты стратегии научно-технологического развития России и обеспечение воспроизводства инновационного потенциала высшей школы: мат-лы Всерос. науч. конф. (Ижевск, 27 февраля 2019 г.). Ижевск: Удмуртский ун-т, 2019. С. 322–335.
3. Гришин С. Ю. Управление региональными туристскими кластерами. СПб.: СПбГЭУ, 2016. 209 с.
4. Кадыров Р. В. Перспективы развития туризма в моногородах Республики Татарстан // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 7. С. 65–76.
5. Усова А. В., Ковшикова Г. А. К вопросу развития регионального промышленного туризма и организации туристических маршрутов на предприятиях // Вопросы региональной экономики. 2018. № 3. С. 89–95.

6. Moyle B. D., Moyle C. J., Bec A. The coexistence of tourism and mining: a strategic framework for cross-sectoral interaction // *Current Issues in Tourism*. 2018. Vol. 21. № 17. P. 1966–1987. DOI: 10.1080/13683500.2016.1238884
7. Chow H.-W., Ling G.-J., Yen I-yin, Hwang K.-P. Building brand equity through industrial tourism // *Asia Pacific Management Review*. 2017. Vol. 22. № 2. P. 70–79. DOI: 10.1016/j.apmr.2016.09.001
8. Prat Forga J. M., Cànoves Valiente G. Cultural change and industrial heritage tourism: material heritage of the industries of food and beverage in Catalonia (Spain) // *Journal of Tourism and Cultural Change*. 2017. Vol. 15. № 3. P. 265–286. DOI: 10.1080/14766825.2015.1108327
9. Боголюбов В. С. Сетизация выставочно-конгрессной деятельности и проблема подготовки кадров // *Актуальные вопросы развития конгрессно-выставочной деятельности в период 2010–2016 гг. (междисциплинарный, многоотраслевой и полифункциональный аспекты)* / ред. О. Н. Кострюкова, Г. С. Сологубова. СПб.: СПбГЭУ, 2017. С. 9–19.
10. Боголюбова С. А. Анализ состояния и перспективы развития конгрессно-выставочной деятельности в России // *Актуальные вопросы развития конгрессно-выставочной деятельности в период 2010–2016 гг. (междисциплинарный, многоотраслевой и полифункциональный аспекты)* / ред. О. Н. Кострюкова, Г. С. Сологубова. СПб.: СПбГЭУ, 2017. С. 19–25.
11. Чукавин С. И., Жуйкова О. В., Тимошенко А. В., Исупова О. А. Туристический имидж Удмуртии как составляющая территориального бренда // *Молодые ученые – ускорению научно-технического прогресса в XXI веке: сб. мат-лов III Всерос. науч.-техн. конф. аспирантов, магистрантов и молодых ученых с междунар. участием. (Ижевск, 22–23 апреля 2015 г.)*. Ижевск: ИННОВА, 2015. С. 721–726.
12. Рябая С. А. Туризм в субъекте Российской Федерации: Региональные особенности и перспективы развития (на примере Удмуртской республики) // *Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы: мат-лы V Всерос. науч.-практ. конф. (Омск, 20–22 ноября 2018 г.)*. Омск: ОмГТУ, 2019. С. 115–118.
13. Гаврина И. С. Формирование внешнего образа Удмуртской республики в сетевых СМИ Германии // *Европейский и отечественный опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности: коммуникативные аспекты: сб. мат-лов Всерос. конф. с Междунар. участием. (Ижевск, 14 июня 2016 г. – 15 июня 2019 г.)*. Ижевск: Удмуртский ун-т, 2019. С. 136–145.
14. Караваева М. К., Фирулёва Л. Д. Спортивно-событийный туризм в Удмуртской республике // *Актуальные тенденции социальных коммуникаций: история и современность: мат-лы Междунар. науч.-практ. конф. (Ижевск, 14 ноября 2019 г.)*. Ижевск: Удмуртский ун-т, 2019. С. 130–133.
15. Власова Т. А. Региональный туризм в Удмуртской Республике: между сохранением наследия и коммерческой выгодой // *Политика и культура: проблемы взаимодействия в современном мире* / отв. ред. Н. О. Осипова. Будапешт: Selmeczi Bt.; Киров: Радуга-ПРЕСС, 2019. С. 206–215.

original article

Tourism Development Perspectives in the Udmurt Republic

Sergey A. Manenkov^{a, @}; Anna P. Manenkova^b^a Saint Petersburg State University of Economics, Russia, St. Petersburg^b Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics, and Optics, Russia, St. Petersburg

@ sergei.manenkov@gmail.com

Received 12.03.2020. Accepted 15.04.2020.

Abstract: The research objective was to define the relationship between industrial, business, and ethnocultural tourism using the case of the Udmurt Republic. Diversification of tourism industry is a relevant vector of institutional economic development in traditional resource-mining and industrial regions. The main hypothesis is that industrial and agricultural specialization can be developed in Udmurtia as part of the regional economy diversification. The most effective platform for promoting brands and segments of the tourism industry is congress and exhibition activity. The research also featured the current state of industrial tourism strategy development and the effect of cultural brands on the image of the region. Business tourism sector remains underdeveloped in the Udmurt Republic, but its development can be catalyzed by the rich ethnocultural component. The authors used systematic approach to identify the main potential areas of cultural and economic activity of the Udmurt republic. Industrial tourism, as well as congress and exhibition activity, can trigger the economic growth of regional gross product. A wider range of tourist products is bound to improve the quality of local tourism and increase the service sector in the regional economic structure.

DOI: 10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241

Keywords: industrial tourism, cultural-related tourism, congress and exhibition activities, Izhevsk, tourism product, destination

For citation: Manenkov S. A., Manenkova A. P. Tourism Perspectives Development in the Udmurt Republic. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2020, 5(2): 232–241. (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.21603/2500-3372-2020-5-2-232-241>

References

1. Kutyina M. D., Gay I. A. Potential analysis of theatre tourism development in the Udmurt Republic. *Tourism and hospitality development tendencies in Russia*: Proc. All-Russian student Sci. Conf., Moscow, March 13–14, 2019. Moscow: RGUFKSMiT, 2019, 211–215. (In Russ.)
2. Merzlyakova G. V., Batalova L. V. Management mechanism elaboration of regional tourism development in Udmurtia. *Strategy priorities of Russia scientific and technology development and guarantee of reproduction of high school innovation potential*: Proc. All-Russian Sci. Conf., Izhevsk, February 27, 2019. Izhevsk: Udmurtskii un-t, 2019, 322–335. (In Russ.)
3. Grishin S. Yu. *Regional tourism cluster management*. St. Petersburg: SPbGEU, 2016, 209. (In Russ.)
4. Kadyrov R. V. Tourism development prospects in mono-cities of the Republic of Tatarstan. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2017, 11(7): 65–76. (In Russ.)
5. Usova A. V., Kovshikova G. A. Development of regional industrial tourism and the organization of tourist routes in enterprises. *Problems of regional economy*, 2018, (3): 89–95. (In Russ.)
6. Moyle B. D., Moyle C. J., Bec A. The coexistence of tourism and mining: a strategic framework for cross-sectoral interaction. *Current Issues in Tourism*, 2018, 21(17): 1966–1987. DOI: 10.1080/13683500.2016.1238884
7. Chow H.-W., Ling G.-J., Yen I-yin, Hwang K.-P. Building brand equity through industrial tourism. *Asia Pacific Management Review*, 2017, 22(2): 70–79. DOI: 10.1016/j.apmr.2016.09.001
8. Prat Forga J. M., Cànoves Valiente G. Cultural change and industrial heritage tourism: material heritage of the industries of food and beverage in Catalonia (Spain). *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2017, 15(3): 265–286. DOI: 10.1080/14766825.2015.1108327
9. Bogolyubov V. S. Trends of exhibition-congress activity and labor-training issues. *Relevant issues of the development of congress and exhibition activities in 2010–2016 (interdisciplinary, diversified, and multifunctional aspects)*, eds. Kostryukova O. N., Sologubova G. S. St. Petersburg: SPbGEU, 2017, 9–19. (In Russ.)
10. Bogolyubova S. A. Analysis of the state and prospects of development congress and exhibition activities in Russia. *Relevant issues of the development of congress and exhibition activities in 2010–2016 (interdisciplinary, diversified, and multifunctional aspects)*, eds. Kostryukova O. N., Sologubova G. S. St. Petersburg: SPbGEU, 2017, 19–25. (In Russ.)
11. Chukavin S. I., Zhuykova O. V., Timoshenko A. V., Isupova O. A. Udmurt tourism image as a part of place marketing. *Young scientists – science and technological progress acceleration in XXI century*: Proc. III All-Russian Sci. and techn. Conf. graduate students, undergraduates and young scientists from the Intern. participation, Izhevsk, April 22–23, 2015. Izhevsk: INNOVA, 2015, 721–726. (In Russ.)
12. Ryabya S.A. Tourism in constituent of Russian Federation: Regional features and development perspectives on the example of Udmurt Republic. *The economy of the service sector: problems and prospects*: Proc. V All-Russian Sci.-Prac. Conf., Omsk, November 20–22, 2018. Omsk: OmGTU, 2019, 115–118. (In Russ.)
13. Gavrina I. S. The formation of the Udmurt republic external image in the German network media. *European and domestic experience of innovative culture and intellectual property relations: communicative aspects*: Proc. All-Russian conf. from Intern. participation, Izhevsk, June 14, 2016 – June 15, 2019. Izhevsk: Udmurtskii un-t, 2019, 136–145. (In Russ.)
14. Karavaeva M. K., Firuleva L. D. Sport and event tourism in Udmurt republic. *Actual tendencies of social communications: history and contemporary*: Proc. Intern. Sci.-Prac. Conf., Izhevsk, November 14, 2019. Izhevsk: Udmurtskii un-t, 2019, 130–133. (In Russ.)
15. Vlasova T. A. Regional tourism in Udmurt Republic: between heritage preservation and commercial benefit. *Politics and culture: problems of interaction in the modern world*, ed. Osipova N. O. Budapest: Selmeczi Bt.; Kirov: Raduga-PRESS, 2019, 206–215. (In Russ.)