

DOI: 10.15838/esc/2017.2.50.11

УДК 338.48, ББК 75.8

© Яшалова Н.Н., Акимова М.А., Рубан Д.А.,  
Бойко С.В., Усова А.В., Мустафаева Э.Р. кызы

## Перспективы регионального развития промышленного туризма в свете анализа основных экономических показателей российской туриндустрии



**Наталья Николаевна  
ЯШАЛОВА**  
Череповецкий  
государственный  
университет  
Череповец, РФ  
E-mail: natalij2005@mail.ru



**Станислав Владимирович  
БОЙКО**  
Филиал Санкт-Петербург-  
ского государственного эко-  
номического университета  
Череповец, РФ  
E-mail: sboiko938@mail.ru



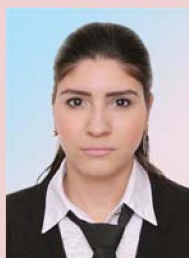
**Мария Андреевна  
АКИМОВА**  
Южный федеральный  
университет  
Ростов-на-Дону, РФ  
E-mail: empuza@mail.ru



**Анна Вадимовна  
УСОВА**  
Череповецкий  
государственный  
университет  
Череповец, РФ  
E-mail: Annvadim75@yandex.ru



**Дмитрий Александрович  
РУБАН**  
Южный федеральный  
университет  
Ростов-на-Дону, РФ  
E-mail: ruban-d@mail.ru



**Эллада Рамис кызы  
МУСТАФАЕВА**  
Череповецкий  
государственный  
университет  
Череповец, РФ  
E-mail: ellada-mustafaeva@bk.ru

**Для цитирования:** Перспективы регионального развития промышленного туризма в свете анализа основных экономических показателей российской туриндустрии / Н.Н. Яшалова, М.А. Акимова, Д.А. Рубан, С.В. Бойко, А.В. Усова, Э.Р. Мустафаева // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. – Т. 10. – № 2. – С. 195-213. DOI: 10.15838/esc/2017.2.50.11

**For citation:** Yashalova N.N., Akimova M.A., Ruban D.A., Boiko S.V., Usova A.V., Mustafaeva E.R. Prospects for regional development of industrial tourism in view of the analysis of the main economic indicators of Russian tourism industry. *Economic and social changes: facts, trends, forecast*, 2017, vol. 10, no. 2, pp. 195-213. DOI: 10.15838/esc/2017.2.50.11

**Аннотация.** Проблема развития индустрии туризма на региональном уровне актуальна для всех субъектов Российской Федерации. Особенно остро она стоит в тех из них, которые не имеют богатого культурно-исторического наследия и уникальных природно-климатических условий. В частности, к таким территориям можно отнести высокоурбанизированные промышленные регионы страны, которые в настоящий временной период малоэффективно используют свой потенциал для развития внутреннего и въездного туризма. Предметом исследования в статье выступает туристическая деятельность в федеральных округах Российской Федерации. Целью статьи является анализ объема туристических услуг в Российской Федерации и обоснование необходимости развития промышленного туризма в регионах для привлечения в них дополнительных туристических потоков. В работе использованы системный подход, основные общенаучные методы анализа и синтеза, дедукции и индукции, а также методы статистического анализа. Одним из нововведений в туристическом бизнесе Российской Федерации может стать организация и проведение экскурсий на предприятия страны не только для официальных делегаций и партнеров по производству, но и для обычных туристов. В статье выделены возможности и угрозы для развития промышленного туризма в субъектах Российской Федерации. В результате проведенного статистического анализа экономических показателей развития туристической индустрии за 2011–2015 гг. было выявлено снижение темпов роста объемов туристических услуг. Недостаток новых туристических предложений снижает возможности для увеличения этого показателя. В этом случае авторам видится целесообразным продвигать новый вид внутреннего туризма, связанный с посещением производственных предприятий. Развитие промышленного туризма предоставляет региональной экономике мультипликативный эффект, включая стимулирующее влияние на деятельность смежных секторов, и способствует активизации туристического импортозамещения. Основные положения статьи ввиду их универсального характера могут быть использованы в образовательном процессе учебных заведений, а также рекомендованы для применения органами власти в целях эффективного продвижения регионального туризма.

**Ключевые слова:** промышленный туризм, предприятие, SWOT-анализ, регион, аналитика.

**Введение.** В настоящее время сфера отечественного туризма, как и многие другие отрасли народного хозяйства, ощутила на себе все фазы системного экономического кризиса. При этом из-за сложившейся в Российской Федерации экономической ситуации, антироссийских санкций, повышения курса иностранной валюты приоритеты россиян стали сдвигаться в пользу внутреннего туризма. Изучение соответствующей проблематики отечественными специалистами выявило как ряд интересных тенденций, так и ряд острых проблем. В частности, таковые обозначены Е.Ф. Гонтаревой и Д.А. Рубаном [6], Т.Н. Григоренко и Л.Н. Казьминой [7], Т.В. Усковой, В.К. Егоровым и Е.Г. Леони-

довой [19]. Туристическая индустрия в последние годы активно пыталась повысить эффективность своей деятельности за счет привлечения местных туристско-рекреационных ресурсов, что прописано в федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»<sup>1</sup>. Однако стоит констатировать, что серьезной проблемой туристического импортозамещения на текущем временном этапе является неспособность внутреннего отечественного туризма стопроцентно удовлетворить потребности населения нашей страны в туристических услугах. Связано

<sup>1</sup> Заседание президиума Государственного совета. – URL: <http://www.kremlin.ru/events/state-council/50138>



это не только со слабым продвижением туристских продуктов, низким качеством дорожной сети, высокой стоимостью гостиничных услуг, плохо организованным досугом, проблемами в сфере общественного питания и т.д., но и отсутствием необходимого количества действительно интересных, инновационных туристических предложений.

Целью статьи является статистический анализ объема туристических услуг в Российской Федерации и обоснование необходимости развития нового вида туризма для регионов, не обладающих богатым культурно-историческим наследием и уникальными природно-климатическими условиями, в целях привлечения туристических потоков. При этом последовательно решаются следующие задачи: 1) концептуальное обобщение представлений о промышленном туризме; 2) анализ рынка туристических услуг, что необходимо для обоснования необходимости диверсификации предложения на нем; 3) анализ сильных и слабых сторон развития промышленного туризма в регионах России. Принципиальная новизна авторского взгляда на проблему развития промышленного туризма заключается в том, что в качестве существенной предпосылки рассматривается не столько наличие в регионах достаточной ресурсной базы, сколько объективная необходимость развития промышленного туризма в связи с ситуацией на рынке туристических услуг, что предопределяет также оригинальность проведенного анализа.

**Промышленный туризм как новое направление отечественной туристической индустрии.** В последние несколько лет тенденции туристического рынка связаны с ростом внутреннего регионального туризма на фоне снижения объема внешнего выездного туризма, что в целом является благоприятным конъюнктурообразующим фактором

для данной отрасли. Руководство страны и Министерство культуры Российской Федерации, следуя этой тенденции, предлагают внедрение поощрительных программ и мероприятий, способствующих развитию туризма в регионах. На заседании Государственного совета по развитию туризма в Российской Федерации в 2015 г. Президентом страны был озвучен перечень поручений, направленный на расширение туристических услуг, инвентаризацию санаторно-курортных объектов, привлечение туристов на туристические объекты в период «низкого сезона», популяризацию мест отдыха в отечественных и зарубежных средствах массовой информации<sup>2</sup>.

Во всем мире туристическая отрасль в XXI в. начала активно осваивать новые виды туристических услуг. Связано это с тем, что многих современных любителей путешествий уже перестал устраивать стандартный ассортимент услуг и выбор туров, предлагаемых туристическими фирмами. Туристы в настоящее время стремятся совмещать отдых с участием в познавательных и деловых программах для приобретения глубоких, полезных и комплексных знаний о тех местах и краях, в которых они проводят свой отдых, санаторно-курортное лечение, научно-практическую конференцию и пр. В частности, в Российской Федерации территории для такого времяпрепровождения, как правило, охватывают Черноморское побережье, озеро Байкал, Карелию, города «Золотого кольца» и другие известные туристические места, при этом в список туристических предложений долгое время не включались крупные промышленные города с небогатым культурно-историческим наследием и отсутствием уникальных природно-климатических особенностей. По сей день многие россияне полагают, что туризм должен раз-

<sup>2</sup> Заседание президиума Государственного совета. — URL: <http://www.kremlin.ru/events/state-council/50138>

виваться вдаль от промышленности. Однако за рубежом пошли по другому пути в поисках новых уникальных туристических предложений, разработав востребованные маршруты, в которых особую роль играют промышленные предприятия. По нашему мнению, промышленный туризм в субъектах Российской Федерации имеет значительный потенциал для своего развития, поэтому крайне необходима заинтересованность органов государственной власти и туристских агентств в его продвижении.

Часто понятие «туризм» ассоциируется в массовом сознании с природной средой, поэтому такое словосочетание, как «промышленный туризм», кажется не совсем обычным и уместным. В то же время стоит заметить, что в последние годы людей начинают привлекать не только уникальные природные экологически чистые уголки с живописными ландшафтами, но и, как ни странно, промышленные объекты. Учитывая нарастающую популярность у россиян приобретения путевок по кратковременным туристическим маршрутам, можно констатировать, что промышленный туризм должен занять особое место в перечне предлагаемых турфирмами актуальных продуктов. Промышленный туризм связан с организацией экскурсий и регулярных туров на передовые действующие или когда-то действовавшие промышленные предприятия страны. Принято считать, что основоположниками этого вида туризма являются американские компании. Общеизвестно, что в 1866 г. на заводе *Jack Daniel's* была проведена первая экскурсия по производству, после которой промышленный туризм получил общественное признание во многих зарубежных странах. В настоящее время он широко распространён. Так, например, в г. Шанхае (Китай) для посещения открыты завод по производству автомобилей *Shanghai Volkswagen Automobile Co.*, сталелитейное производ-

ство *Shanghai Baosteel Group Corporation*, пищевой завод *Shanghai TOTOLE Food Co., LTD.*, ряд инновационных промышленных площадок («садов»)³ и т.д. В качестве примера также можно привести широко известный центр компании *Coca Cola* в г. Атланте (США), ознакомиться с функционированием которого имел возможность один из авторов. Посетителям предлагается возможность не только узнать об истории компании и используемых ею технологиях, но и лично ознакомиться с линейкой продуктов, в т. ч. попробовать все известные в мире сорта (несколько десятков) этого известного напитка. Важно отметить, что центр функционирует не как отдельно взятый музей, но и тесно интегрирован в туристическую инфраструктуру города. Несмотря на большую популярность и отсутствие недостатка посетителей, центр все равно активно продвигает групповые экскурсии для школьников.

Прежде всего, систематизируем представления о промышленном туризме в свете работ зарубежных и отечественных исследователей. Концептуализация промышленного туризма представлена в статье австралийского специалиста Э. Фрю (*E.A. Frew*) [24], где отмечается необходимость его широкой трактовки; при этом говорится о том, что этот вид туризма требует особых подходов к управлению, т.к. предполагает сочетание собственно туристической и производственной деятельности. Привлекательность объектов промышленного туризма, как показывает опыт Тайваня, связана с наличием действительно интересных особенностей, обеспечением безопасности и возможностью внешнего доступа [29]. А. Отгаар (*A. Otgaar*) определил три предпосылки, достаточные для обеспечения интереса владельцев предпри-

<sup>3</sup> URL: <http://www.topchinatravel.com/shanghai/where-to-do-industrial-tour-in-shanghai.htm>



ятий к участию в промышленном туризме. К ним относятся достаточная величина потока туристов, возможность кобрендинга (комбинированного франчайзинга) производства, потенциал продукта промышленного туризма [30]. Как показало исследование группы сербских специалистов, проблемы развития промышленного туризма могут быть связаны с недостаточной поддержкой местным населением, необходимостью обустройства сложной инфраструктуры, неопределенностью в аутентичности объектов показа [25]. Интересно отметить, что промышленный туризм рассматривается не только как инструмент диверсификации деятельности действующих предприятий, но и как средство реабилитации территорий промышленного упадка. В частности, П. Буйок (*P. Bujok*) и др. [22] приводят в качестве успешного примера металлургический комбинат в чешском городе Витковице, вовлечение которого в туристическую деятельность создает предпосылку для экономического возрождения территории. Однако наиболее ярким примером подобного рода ситуации является, безусловно, немецкий Рур, где туристическое использование закрывающихся или закрытых горнодобывающих и сталелитейных предприятий вывело регион на траекторию устойчивого развития, о чем свидетельствуют результаты недавнего исследования [23]. В частности, туристам предлагается посещение шахт, заводов. С одной стороны, это выглядит как своего рода аттракцион, но, с другой — речь идет о приобщении посетителей к индустриальному наследию, что важно в т.ч. и для патриотического воспитания, а также более целостного восприятия пространства Рурского региона. Важно понять, что промышленный туризм при этом меняет культурный ландшафт последнего. Промышленные объекты приобретают ценность как

объекты наследия, а сам регион начинает восприниматься как культурно значимый, современный, инновационный.

При этом Г.-Й. Хосперс (*G.-J. Hospers*) изначально высказывал определенный скептицизм относительно той роли, которую промышленный туризм может сыграть в обновлении экономики Евросоюза [26]. Ряд специалистов отмечают особую роль промышленного туризма в сохранении наследия индустриального общества. Так, Ф. Бран (*F. Bran*) и Г. Маня (*G. Manea*) [21] обращают внимание на необходимость полноценной оценки такого наследия, чтобы последующие управленческие действия не приводили к его частичной утрате. Заслуживает внимания план развития бельгийского региона Лимбург, проанализированный в статье М. Йонсен-Фербеке (*M. Jonsen-Verbeke*) [28]. Целью этого плана является трансформация экономики из индустриальной в постиндустриальную, основанную на туризме, для обретения должной устойчивости. Особого внимания заслуживает опыт изучения промышленного туризма в Китае, проанализированный И. Дзя (*Y. Jia*) [27]. В частности, в отмеченной работе развивается идея о необходимости разработки действительно уникального туристического продукта, специфика которого связана с особенностями производства и возможностями их переосмысления при вовлечении в туризм. Более того, в китайской науке речь идет о т.н. «туризме опыта» (*experience tourism* в англоязычной терминологии), который призван обеспечить своего рода сопричастность туриста к производству.

Из отечественных специалистов теоретическое обоснование развития промышленного туризма предложили С.К. Волков и И.А. Морозова [3], А.П. Гарнов и О.В. Краснобаева [5], А.В. Медяник и С.В. Тарабановская [12], Н.В. Погоре-

лова [14] и Г.В. Струзберг [17]. Согласно С.К. Волкову, проанализировавшему немецкий опыт, развитие данного вида деятельности тесно связано с использованием региональных маркетинговых стратегий с учетом интересов стейкхолдеров [4]. Маршруты промышленного туризма в Оренбургской области предложили Г.В. Струзберг и Л.В. Докашенко [16]. Потенциал этого вида деятельности рассматривался также Т.Н. Белентьевой и Я.С. Нарута для Приморского края [2], Р.В. Кадыровым для Республики Татарстан [9], А.А. Косяковой для Вологодской области [11]. Согласно Г.С. Дмитриеву [8], М.В. Корешкову и С.Е. Деревниной [10], Ю.Н. Никулиной [13], данный вид туризма вполне способен повысить обеспеченность производства высококвалифицированными кадрами, равно как и обеспечить связь производства и образовательной среды. Можно дополнить, следуя логике этих рассуждений, что эти кадры окажутся еще и дополнительно мотивированными, что особо важно в российских условиях. С.А. Складенко и др. показывают, как законсервированные предприятия отдельной отрасли промышленности (в данном случае сахарная отрасль) могут использоваться в целях промышленного туризма, что, в свою очередь, содействует переходу к постиндустриальной экономике [15]. Н.В. Тимофеев на примере судостроительного кластера г. Санкт-Петербурга удачно продемонстрировал, какой вклад промышленный туризм может вносить в повышение благосостояния территории [18]. При этом он отмечает, что данный вид деятельности благоприятствует инновационной производственной деятельности.

Обобщая сказанное выше, отметим, что промышленный туризм имеет две формы проявления. Во-первых, он предполагает вовлечение в туризм действующих предприятий, что означает проведение соот-

ветствующих экскурсий, устройство музеев, экспозиций, организацию открытых мероприятий. В этом случае он сблизится с деловым туризмом, предполагающим посещение этих предприятий официальными делегациями и бизнес-партнерами, образовательным туризмом (посещение студентами и школьниками), познавательным (городским, экскурсионным) туризмом (посещение местным населением и прибывшими из других мест туристами), ивент-туризмом (посещение в ходе открытых мероприятий). Положительными следствиями оказываются диверсификация деятельности как предприятий, так и туристической индустрии, продвижение индустриального бренда региона (и информации о конкретном предприятии), подготовка высокопрофессиональных кадров и т.д. Во-вторых, промышленный туризм предполагает вовлечение в него закрытых, законсервированных, заброшенных предприятий. В этом случае он сблизится с историко-культурным, приключенческим и экстремальным туризмом, а также конгрессно-выставочной деятельностью, если последняя использует помещения и/или инфраструктуру ранее существовавших производств. Отметим, что современная классификация экстремального туризма, предложенная М.А. Акимовой и Д.А. Рубаном, предполагает выделение индустриального туризма как одного из направлений экстремального туризма [1], хотя, конечно, речь идет об узкой трактовке первого. Тем не менее конструкции заброшенных промышленных предприятий, а также подземные сооружения и горные выработки представляют огромный интерес для лиц, интересующихся экстремальными формами времяпрепровождения, число которых возрастает. При обеспечении должной безопасности организация соответствующей деятельности может быть и популярной, и, вероятно, экономически прибыльной.



Положительными следствиями второй формы проявления промышленного туризма становятся диверсификация деятельности туриндустрии, сохранение индустриального наследия, социально-экономическое восстановление территории и т.д.

Безусловно, массовое развитие промышленного туризма способствует преобразованию социального пространства региона. Речь идет не просто о появлении нового вида деятельности, частичной реабилитации экономики, новых рабочих местах, сохранении индустриального наследия и т.п. В действительности массовое развитие промышленного туризма меняет культурный ландшафт, что обсуждалось выше на примере Рурского региона. Связано это с тем, что данный вид деятельности предполагает переход к устойчивому развитию в постиндустриальном мире. Территория позиционируется и воспринимается (и туристами, и местным населением) как, с одной стороны, особо ценная (развитие туризма означает приобретение объектами показа ценности в качестве общественно значимого наследия), а с другой — активно «окультуриваемая». Это происходит даже в тех случаях, когда промышленный туризм основывается на действующих производствах. Иными словами, он обеспечивает интеграцию производственной деятельности с общественной жизнью и культурной средой. Можно предполагать, что такая интеграция должна способствовать не только качественному изменению отношения жителей к действующим в их регионе предприятиям, но и в конечном счете активно формировать образ сопричастности к инновационному развитию, что особо важно для построения экономики нового типа.

**Анализ основных показателей туристического бизнеса в России.** Чтобы судить о перспективах регионального развития промышленного туризма в России, необ-

ходимо прежде всего проанализировать основные экономические показатели отечественной туриндустрии. Это важно, чтобы понять, насколько современные тренды располагают или, напротив, препятствуют становлению данного специального вида деятельности. Тенденции рынка, формирующие структуру туроператорского бизнеса, привели к тому, что за период с 2011 по 2015 г. доля операторов, занимающихся международным туризмом, сократилась более чем на треть в сегменте международного въездного и выездного туризма и почти вдвое в сегменте международного въездного туризма (*табл. 1*), что свидетельствует о сжатии внешних потоков туристов. В то же время удельный вес количества туроператоров, работающих в сегменте внутреннего туризма, за этот период вырос приблизительно на 2/3. Выявленные структурные изменения вряд ли можно связывать только с уменьшением общего количества туроператоров за 2011–2015 гг. на 516 единиц (или 10,9%). Напротив, можно сделать заключение о системной переориентации туроператоров на обслуживание отечественного туризма, что в целом соответствует национальной политике импортозамещения. На российском рынке остаются наиболее сильные туроператоры, которые сумели переориентироваться на внутренний туризм.

При анализе динамики объёма туристических услуг за 2011–2015 гг. в Российской Федерации наблюдается положительная динамика: активный рост на 7% и 20% в 2012 и в 2013 годах соответственно по отношению к предыдущему периоду, замедлившийся в 2014 году и составивший 1% и увеличившийся на 7% в 2015 году по отношению к 2014 году (*табл. 2*).

В целом за рассматриваемый временной период объём туристических услуг в номинальных денежных единицах вырос в Рос-

Таблица 1. Динамика и профилизация туроператоров в Российской Федерации

Год	Количество туроператоров	Доля внутреннего туризма, %	Доля международного въездного и выездного туризма, %	Доля международного въездного туризма, %
2011	4718	34,1	53,7	12,2
2012	4685	35,9	53,1	11,0
2013	4608	50,1	45,3	4,6
2014	4275	59,2	37,2	3,6
2015	4202	60,1	33,4	6,5

Источник: составлено и рассчитано авторами по: ЭМИСС. Государственная статистика. – URL: <https://fedstat.ru/indicator/37253.do>

Таблица 2. Объём и динамика туристических услуг по федеральным округам, млрд. руб.

Федеральный округ	2011	2012	2013	2014	2015	Темп прироста, %	Индекс роста цен за 2011–2015 гг. по РФ
В целом по РФ	112,8	121,5	145,8	147,5	158,3	40,3	1,51
Центральный	33,2	32,3	44,2	40,3	43,7	31,6	
Северо-Западный	13,1	14,9	17,5	17,8	16,3	24,4	
Южный	6,9	7,9	8,6	9,9	11,8	71,0	
Северо-Кавказский	6,2	5,9	4,5	4,6	5,0	-19,4	
Приволжский	16,5	20,0	24,8	26,4	26,7	61,8	
Уральский	16,6	17,6	19,8	22,3	24,6	48,2	
Сибирский	15,5	17,2	19,4	18,8	18,0	16,1	
Дальневосточный	4,8	5,8	6,8	7,1	7,4	54,2	

Источник: составлено и рассчитано авторами по: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. – URL: <http://www.gks.ru>

сии на 40%, однако с учетом индекса цен можно констатировать спад рассматриваемого показателя более чем на 10%. В разрезе федеральных округов динамика туристических услуг имеет более неравномерный характер с тенденцией к росту. Положительная динамика за весь рассматриваемый период наблюдается во всех округах, за исключением Северо-Кавказского (Крымский федеральный округ не рассматривался из-за отсутствия статистических данных за 2011–2013 гг.). Но с учетом инфляции реальный рост объема туристических услуг наблюдается только в Южном, Приволжском и Дальневосточном федеральных округах. По объективным причинам (исключительное богатство природно-климатических ресурсов и удобное географическое расположение по отношению к наиболее населенным территориям страны) лидирует среди них Южный федеральный округ. Такие федеральные округа, как Цен-

тральный, Северо-Западный, Уральский, Сибирский, в номинальных денежных единицах демонстрируют рост объема туристических услуг, хотя в реальных величинах наблюдается снижение анализируемого показателя.

Анализ статистических данных позволяет нам сделать вывод о реальном снижении темпов роста объемов туристических услуг в большинстве федеральных округов Российской Федерации. Причина сложившейся ситуации, на наш взгляд, связана не столько с ухудшением конъюнктуры рынка, сколько со снижением покупательной способности населения, особенно в 2014–2015 гг.

При рассмотрении общего объема туристических, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг ситуация в целом по Российской Федерации обстоит лучше, чем в отдельности по туристическим услугам (табл. 3). Учитывая темпы прироста





Таблица 3. Объем и динамика туристических, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг по федеральным округам в 2011 и 2015 гг., млрд. руб.

Федеральный округ	2011	2015	Темп прироста, %%	Индекс роста цен за 2011–2015 гг. по РФ
В целом по РФ	306,9	457,8	49,2	1,51
Центральный	92,9	120,2	29,4	
Северо-Западный	35,0	48,9	39,7	
Южный	37,3	68,8	84,5	
Северо-Кавказский	20,5	28,1	37,1	
Приволжский	43,3	66,4	53,3	
Уральский	33,2	46,8	41,0	
Сибирский	30,9	39,0	26,2	
Дальневосточный	13,7	20,3	48,2	

Источник: составлено и рассчитано авторами по: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. – URL: <http://www.gks.ru>

объемов туристических услуг, приведенные в табл. 2, и сопоставляя их с результатами, полученными в табл. 3, можно увидеть наибольший рост гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг в Северо-Западном, Южном, Северо-Кавказском и Сибирском федеральных округах.

Мы считаем, что подобная динамика может быть вызвана как переориентацией потребительского спроса на внутренние виды туристических услуг, так и интенсивным развитием инфраструктуры в данных округах. Стоит заметить, что с учетом инфляции реальный рост объема туристических, гостиничных и санаторно-оздоровительных услуг наблюдается только в Южном и Приволжском федеральных округах.

Успешность развития индустрии туризма зависит от большого ряда факторов, среди которых экономическая ситуация в стране, потребительские предпочтения и др. [20]. Немаловажными факторами, как нам видится, являются возможности самого региона и его туристический потенциал, а также количество новых предложений на рынке туристических услуг. В частности, проблема развития сферы туризма на региональном уровне приобретает особую актуальность для субъектов

Российской Федерации, не имеющих богатого культурно-исторического наследия и уникальных природно-климатических условий. К таким территориям можно отнести высокоурбанизированные промышленные регионы страны, которые в настоящий временной период малоэффективно используют свой туристический потенциал для развития внутреннего и въездного туризма. Представим более подробно аргументацию одной из возможностей для решения данной проблемы.

**Возможности и препятствия для успешного развития промышленного туризма.** Для анализа потенциала развития промышленного туризма в субъектах Российской Федерации проведем *SWOT*-анализ, широко используемый как в российской, так и зарубежной практике для анализа отрасли или нового продукта. Применение данного метода позволяет оценить «силу», «слабость», «возможности» и «угрозы» (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) определенного вида деятельности, в нашем случае – промышленного туризма. Полученные в табл. 4 результаты можно применить при разработке стратегии развития промышленного туризма как нового предложения в сфере туристических услуг.

Таблица 4. Матрица SWOT-анализа для промышленного туризма

<b>Сильные стороны (Strengths)</b>	<b>Возможности (Opportunities)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Новый вид туризма на рынке туристических услуг</li> <li>– Малозатратный и конкурентоспособный вид туризма</li> <li>– Наличие достаточного количества в субъектах страны промышленных объектов для показа</li> <li>– Наличие составляющих познавательного, образовательного и делового туризма, способствующего повышению уровня знаний местного населения и туристов о собственной стране и регионе</li> <li>– Заинтересованность местного населения в развитии и продвижении новых видов туризма</li> <li>– Увеличение внутреннего и въездного потока туристов в российские регионы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Возможность продвижения конечной продукции предприятия, в том числе за счет расширения рынков сбыта</li> <li>– Укрепление имиджа хозяйствующего субъекта и муниципального образования</li> <li>– Привлечение будущих кадров за счет экскурсий на производство в рамках профориентационной деятельности учебных заведений</li> <li>– Дополнительный источник дохода для взаимодействующих организаций, связанный с проведением экскурсий, продажей сувениров, оказанием гостиничных услуг, организацией питания, транспортным сопровождением и пр.</li> <li>– Повышение интереса иностранных туристов к субъектам Российской Федерации</li> <li>– Усиление деловой активности</li> <li>– Содействие продвижению региона как инновационно успешного</li> <li>– Реабилитация территорий промышленного спада</li> <li>– Создание новых рабочих мест</li> <li>– Сохранение индустриального наследия</li> </ul>
<b>Слабые стороны (Weaknesses)</b>	<b>Угрозы (Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Отсутствие туристического имиджа у хозяйствующих субъектов</li> <li>– Недостаток маркетинговых мероприятий по продвижению нового продукта в сфере туризма</li> <li>– Промышленный туризм является немассовым видом туризма</li> <li>– Неготовность к приему туристов руководства предприятий снижает открытость промышленных объектов</li> <li>– Дополнительные затраты на создание музея предприятия, разработку сувенирной продукции</li> <li>– Недостаточный уровень квалификации персонала принимающих предприятий, включая низкий уровень знания иностранных языков</li> <li>– Отсутствие законодательной базы, государственных и региональных программ поддержки развития промышленного туризма</li> <li>– Недостаточность изученности интереса населения к познавательным видам туризма и соответствующего спроса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Неудовлетворительное состояние объектов показа</li> <li>– Снижение туристического спроса из-за низкого уровня организации экскурсий на предприятия;</li> <li>– Низкий уровень развития дополнительных услуг (в частности, экскурсоводов со знанием иностранных языков)</li> <li>– Жесткая конкуренция со стороны других видов туризма</li> <li>– Нарушение производственных циклов действующих предприятий</li> <li>– Проблемы обеспечения безопасности</li> <li>– Проблема нарушения коммерческой тайны</li> </ul>
<p>Источник: составлено авторами.</p>	

Уровень возможностей промышленного туризма определяется уровнем потенциала туристической сферы в целом, имеющим тесную взаимосвязь с экономическим благополучием страны, регионов и конкретных хозяйствующих субъектов. Для активизации развития промышленного туризма в российских регионах необходимо, на наш взгляд, решение следующих задач:

*Совершенствование системы организации экскурсий на промышленные объекты действующего производства.* В настоящее вре-

мя в Российской Федерации отсутствует единый информационно-консультационный центр, который давал бы полную информацию о производственных предприятиях, готовых принять на своей территории туристические группы. Разрабатывая тот или иной маршрут в хозяйствующий субъект, необходимо четко регламентировать время посещения, разработать мастер-класс по участию туристов в изготовлении конкретной продукции, разработать игровые модули (соревновательные конкурсы),



подготовить гида-экскурсовода, вручить туристам сувенирную продукцию, изготовленную на данном предприятии. Финансовые затраты при организации экскурсионного маршрута на действующих предприятиях обычно являются незначительными, т.к. отсутствует необходимость создания материально-технической базы для приема туристов и демонстрации производственного процесса.

*Повышение уровня подготовки ответственных предприятий к приему туристов на своей территории.* В настоящее время в субъектах Российской Федерации на конструктивный диалог в сфере производственного туризма идут в основном предприятия народных художественных промыслов. И наоборот, крупные промышленные хозяйствующие субъекты с интересными машинно-технологическим обеспечением и инновационными процессами остаются в стороне от возможности повышения собственной туристической привлекательности. В российской практике, в отличие от зарубежного опыта, предприятия не практикуют открытость и гостеприимность для посторонних лиц. В определенной мере это связано с тем, что в некоторых хозяйствующих субъектах обязательно предусмотрен инструктаж по безопасности или действует пропускная система. Однако стоит заметить, что принцип открытости производственного процесса для экскурсионных групп позволяет улучшить репутацию фирмы. Как правило, такие хозяйствующие субъекты имеют более презентабельный вид, демонстрируя своим посетителям чистоту рабочего места, применение современного технологического оборудования.

*Разработка туристического бренда в промышленных регионах.* Узнаваемый региональный бренд существенно упрощает задачу позиционирования и продвижения

промышленного туризма для туристической сферы. В свои эксклюзивные возможности регион может включить определенную продукцию, выпускаемую на его территории. Как правило, бренд субъекта Российской Федерации и выпускаемая в регионе продукция взаимосвязаны — производимые товары продвигают регион, а региональный бренд способствует стимулированию продаж этой продукции на межрегиональном рынке. Таким образом, и субъектам федерации, и предприятиям должно быть выгодно присвоение фирменного знака или логотипа, создающего положительное мнение о регионе и выпускаемой в нем продукции.

*Создание интерактивных корпоративных музеев на предприятии.* Музей, отражающий все важные факты из жизненного цикла предприятия, является неотъемлемой частью его имиджа. Многие крупные промышленные предприятия в субъектах Российской Федерации сохранили свою производственную базу. Стоит заметить, что сбор уникальных и оригинальных экспонатов вызывает у организаторов музея существенные трудности. Среди различных видов музеев наибольшую популярность у туристов в наши дни приобретают интерактивные музеи, способные удивлять всех своих посетителей. Их характерными чертами являются понятная для всех возрастов и профессий тематика, а также возможность взаимодействия туристов с представленными производственными экспонатами. Основная цель корпоративных музеев — обосновать необходимость деятельности хозяйствующего субъекта для общества в целом.

Развитие промышленного туризма имеет ряд «побочных» следствий в дополнение к отмеченным выше. Во-первых, это повышение инвестиционной привлекательности территорий. Не секрет, что она обеспе-

считается не только (и, возможно, даже не столько) реальными успехами региональной экономики, сколько ее позиционированием в информационном пространстве. Промышленный туризм открывает новый канал для распространения позитивной информации о производственном комплексе региона. Во-вторых, речь идет о комплексировании самой туристической деятельности. Дело в том, что в охарактеризованных в настоящей работе экономических условиях диверсификация деятельности является жизненно важной задачей для отечественной туристической индустрии. Решить ее можно не только за счет приложения значительных усилий для становления отдельных видов туризма, но и за счет стимулирования одних видов другими. Выше уже отмечалась связь промышленного и делового, познавательного и прочих видов туризма. Приведем два примера. Использование территории и зданий ранее действовавшего или частично реорганизованного предприятия позволяет расширить конгрессно-выставочную деятельность, что выступает в качестве катализатора развития делового туризма. Это само по себе повышает инвестиционную привлекательность территории и стимулирует развитие промышленного производства. Фактически такого рода «цепочка» уже реализована в промышленной зоне г. Ростова-на-Дону. Второй пример касается заброшенных подземных сооружений. Использование их туристами-экстремалами составляет суть спелестологии — одного из направлений экстремального туризма. Следовательно,

речь идет о «естественном» комплексировании двух видов туризма (промышленного и экстремального), когда развитие одного означает появление и второго. Помимо этого с ними, вероятно, связан спортивный и приключенческий туризм. С точки зрения туристической индустрии это означает диверсификацию через указанное комплексирование, а несколько видов деятельности дают гораздо больше возможностей (в т.ч. в экономическом аспекте), чем один.

**Динамика ресурсной базы промышленного туризма.** Безусловно, развитие промышленного туризма требует соответствующей ресурсной базы. Рассмотрим ее на примере двух регионов — Вологодской и Ростовской областей. Они обладают богатым туристическим потенциалом, однако не относятся к числу наиболее важных дестинаций страны. Для повышения их привлекательности требуется диверсификация туристических услуг, чему хорошо может послужить развитие промышленного туризма.

В обоих отмеченных регионах число предприятий и организаций в последние годы устойчиво росло (*табл. 5*). Это указывает на некоторую экспансию региональных экономик в целом. Последнее даже важнее, чем рост числа промышленных производств, по причине того, что новые промышленные производства вводятся в строй медленно, подчас редко, тогда как интерес туристов должен стимулироваться постоянно. В массовом сознании экономика — это прежде всего производство (даже если фактически это и не так), а потому именно ее экспансия воспринимается

Таблица 5. Динамика числа предприятий и организаций в Вологодской и Ростовской областях

Регион	Кол-во предприятий и организаций, ед.			
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Вологодская область	40316	42148	43302	45435
Ростовская область	87457	88144	89473	91701

Источник: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. — URL: <http://http://www.gks.ru>



как успешность производственной сферы. Как следует из приводимых данных, это явно должно иметь место в случае с Вологодской и Ростовской областями.

Оба региона обладают хорошо развитой промышленной базой, пусть даже и отличающейся. В Вологодской области широко известны металлургические производства в г. Череповце, тогда как в Ростовской области производства, как правило, меньше. Однако предприятия местного машиностроения, строительного сектора и т.п. широко известны. Следовательно, имеются конкретные промышленные объекты, потенциально привлекательные для туристов. При этом отсутствуют проблемы с транспортной доступностью, т.к. эти объекты обычно расположены в крупных и средних городах. Более того, опыт Ростова-на-Дону, где популярностью пользуются экскурсии на т.н. «ретро-поезде» и действует музей железнодорожной техники, показывает, что сам по себе транспорт может стать отличным дополнением промышленного туризма. Вызвано это тем, что история развития транспорта в городах изначально была связана с их промышленным развитием, а индустриальное и транспортное наследие неразрывно связаны. При этом поездка на «ретро-поезде» и т.п. аттракционы вполне стимулируют интерес к технике, что важно для формирования спроса на промышленный туризм, а их комбинация с промышленными турами разнообразят и делают увлекательнее последние.

Вполне очевидно, что для развития промышленного туризма важно социально-экономическое положение регионов. С одной стороны, они должны быть промышленно ориентированными и позиционировать себя в средствах массовой информации. С другой стороны, эти регионы должны действительно играть большую роль в промышленном развитии страны.

Оба эти условия выдерживаются для Вологодской и Ростовской областей (в первом случае — металлургические производства, а во втором — производство сельскохозяйственной техники), пусть даже их известность и как аграрных регионов несколько нивелирует промышленную ориентацию.

В обоих регионах уже предлагаются услуги по промышленному туризму. Так, в Череповце действует Музей металлургической промышленности, а в Ростове-на-Дону завод «Ростсельмаш» организует экскурсии для всех желающих. Анализ этого и прочего опыта заставляет обратить внимание на следующее. Большой интерес вызывают экскурсии, туры, которые могут быть охарактеризованы как высокотехнологичные. Еще одним залогом интереса туристов является возможность не только пассивного наблюдения, но и участия. Современному туристу важнее осмотр экспозиций и внимание к объяснениям экскурсовода, а не возможность глубоко понять, как устроено производство, и сделать что-то самому. Всё это означает, во-первых, необходимость устройства своего рода аттракционов, а во-вторых, важность привлечения специалистов по организации туризма вместо попыток развивать промышленный туризм силами самих предприятий. Именно так может быть достигнут такой положительный эффект, как в Рурском регионе.

**Заключение.** Подводя итоги исследования, можно отметить, что статистический анализ показал спад реального объема туристических услуг в Российской Федерации за 2011–2015 гг. Недостаток новых туристических предложений снижает возможности для увеличения этого показателя. Стоит отметить, что каждый субъект Российской Федерации стремится разработать собственную региональную модель развития сферы туризма, диверсифицируя при этом пакет предлагаемых туристических

услуг, одной из которых, в частности, может являться промышленный туризм. В настоящее время работа по активизации его развития практически в каждом российском регионе находится на начальной стадии. Сложность продвижения такого специфического туристического продукта связана с особенностью промышленного туризма, в котором основное внимание уделено производственному процессу хозяйствующего субъекта.

Важно также отметить следующее. Обычно при анализе перспектив развития конкретных видов туризма, не пользующихся большим распространением в отдельных странах и регионах, специалисты исходят из имеющейся для этого ресурсной базы. Такой подход определяется традиционным доминированием «географического» подхода к пониманию туризма в отечественной науке. Однако обращение к современной литературе однозначно указывает на актуальность использования «социологического» или, правильнее говорить, «социо-экономического» подхода, суть которого состоит в поиске предпосылок, связанных со спросом на данный вид

туризма и объективными предпосылками, складывающимися на рынке туристических услуг. В настоящей работе была сделана попытка использовать именно такой подход, и полученные результаты указывают на его эффективность. Перспективы развития промышленного туризма в некоторых регионах России связаны не только с наличием подходящих для этого объектов, но и с ожидаемым ростом спроса населения на специфические виды туристических услуг в условиях ориентации на внутренний туризм, а также с тем, что нормализация ситуации на рынке туристических услуг возможна только путем диверсификации последних, в т.ч. и за счет развития промышленного туризма.

С полной уверенностью можно утверждать, что большинство промышленных субъектов Российской Федерации потенциально интересны туристам, поэтому стабильный поток актуальных предложений по промышленному туризму будет формировать спрос на него. Следовательно, новые туристические услуги на российском рынке будут способствовать увеличению туристических потоков в регионы.

### Литература

1. Акимова, М.А. Экстремальный туризм: совершенствование классификации [Текст] / М.А. Акимова, Д.А. Рубан // Географический вестник. – 2016. – № 1. – С. 95–103.
2. Белентьева, Т.Н. Анализ состояния промышленного туризма в Приморском крае [Текст] / Т.Н. Белентьева, Я.С. Нарута // Вестник современной науки. – 2015. – № 11-2. – С. 23–28.
3. Волков, С.К. Нужно ли развивать в России промышленный туризм? [Текст] / С.К. Волков, И.А. Морозова // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2016. – № 8-1. – С. 26–30.
4. Волков, С.К. Промышленный туризм: обзор немецкого опыта и перспективы для российских регионов [Текст] / С.К. Волков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 5. – С. 68–75.
5. Гарнов, А.П. Актуальность системного формирования отечественного промышленного туризма [Текст] / А.П. Гарнов, О.В. Краснобаева // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2012. – № 2. – С. 60–63.
6. Гонтарева, Е.Ф. Развитие гостиничного хозяйства в России: пространственная динамика основных параметров [Текст] / Е.Ф. Гонтарева, Д.А. Рубан // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. – 2016. – № 1. – С. 8–29.
7. Григоренко, Т.Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе [Текст] / Т.Н. Григоренко, Л.Н. Казьмина // Вестник Национальной академии туризма. – 2015. – № 4. – С. 14–16.



8. Дмитриев, Г.С. Хабаровский край – территория развития промышленного туризма [Текст] / Г.С. Дмитриев // Молодой ученый. – 2016. – № 15-1. – С. 60–62.
9. Кадыров, Р.В. Предприятия полимерного производства Татарстана как рекреационный ресурс промышленного туризма: постановка проблемы [Текст] / Р.В. Кадыров // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – № 10. – С. 123–125.
10. Корешков, М.В. Промышленный туризм: знакомство с производством [Текст] / М.В. Корешков, С.Е. Деревнина // Профессиональное образование и рынок труда. – 2015. – № 9–10. – С. 42–43.
11. Косякова, А.А. Перспективы развития промышленного туризма в России [Текст] / А.А. Косякова // Научная мысль. – 2016. – № 1. – С. 56–59.
12. Медяник, А.В. К вопросу о значении промышленного туризма в развитии региона [Текст] / А.В. Медяник, С.В. Тарабановская // Тенденции науки и образования в современном мире. – 2016. – № 18-3. – С. 30–33.
13. Никулина, Ю.Н. Развитие промышленного туризма как способ повышения качества подготовки молодых специалистов для экономики региона [Текст] / Ю.Н. Никулина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2016. – № 3. – С. 46–52.
14. Погорелова, Н.В. Перспективы развития туризма в регионе с промышленной и аграрной специализацией [Текст] / Н.В. Погорелова // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: экономика. – 2012. – № 24. – С. 35–39.
15. Перспективы развития промышленного туризма в России [Текст] / С.А. Скляренко, Т.М. Панченко, И.А. Селиванов, М.В. Головенко // Российское предпринимательство. – 2011. – № 10-1. – С. 146–150.
16. Струзберг, Г.В. Потенциал Оренбургской области в сфере промышленного туризма [Текст] / Г.В. Струзберг, Л.В. Докашенко // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2014. – № 4. – С. 122–125.
17. Струзберг, Г.В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма [Текст] / Г.В. Струзберг // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. – 2013. – № 3. – С. 147–151.
18. Тимофеев, Н.В. Концепция развития промышленного туризма как способ повышения экономического благосостояния Санкт-Петербурга (на примере судостроительного кластера) [Текст] / Н.В. Тимофеев // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2014. – № 2. – С. 142–145.
19. Ускова, Т.В. Туризм в Российской Федерации: возможности для импортозамещения [Текст] / Т.В. Ускова, В.К. Егоров, Е.Г. Леонидова // Проблемы развития территории. – 2016. – № 4. – С. 32–46.
20. Фролова, Е.В. Развитие туристической привлекательности российских территорий: современные тенденции и управленческие практики / Е.В. Фролова, Е.Е. Кабанова [Текст] // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2016. – № 1. – С. 153–169.
21. Bran, F. The industrial tourism [Text] / F. Bran, G. Manea // Quality - Access to Success. – 2012. – Vol. 13, suppl. 3. – P. 1–6.
22. Bujok, P. Industrial tourism in the context of the industrial heritage [Text] / P. Bujok, M. Klempa, J. Jelinek, M. Porzer, Rodriguez Gonzalez M.A.G. // Geojournal of Tourism and Geosites. – 2015. – Vol. 15. – P. 81–92.
23. Copic, S. Transformation of industrial heritage -an example of tourism industry development in the Ruhr area (Germany) [Text] / S. Copic, J. Dordevic, T. Lukic, V. Stojanovic, S. Dukicin, S. Besermenji, I. Stamenkovic, A. Tumaric // Geographica Pannonica. – 2014. – Vol. 18. – P. 43–50.
24. Frew, E.A. Industrial tourism theory and implemented strategies [Text] / E.A. Frew // Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research. – 2008. – Vol. 2. – P. 27–42.
25. Garaca, V. Aspects of industrial heritage tourism: Case of Novi Sad [Text] / V. Garaca, A. Trifkovic, N. Curcic, S. Vukosav // Revista de Cercetare si Interventie Sociala. – 2014. – Vol. 44. – P. 181–198.
26. Hospers, G.-J. Industrial heritage tourism and regional restructuring in the European union [Text] / G.-J. Hospers // European Planning Studies. – 2002. – Vol. 10. – P. 397–404.
27. Jia, Y. Analysis and Suggestions on Chinese Industrial Tourism Development [Text] / Y. Jia // International Business Research. – 2010. – Vol. 3. – P. 169–173.
28. Jonsen-Verbeke, M. Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development [Text] / M. Jonsen-Verbeke // Tourism Geographies. – 1999. – Vol. 1. – P. 70–85.

- Lee, C.-F. An investigation of factors determining industrial tourism attractiveness [Text] / C.-F. Lee // *Tourism and Hospitality Research*. – 2016. – Vol. 16. – P. 184–197. № 24. – С. 35–39.
30. Otgaar, A. Towards a common agenda for the development of industrial tourism [Text] / A. Otgaar // *Tourism Management Perspectives*. – 2012. – Vol. 4. – P. 86–91.

### Сведения об авторах

Наталья Николаевна Яшалова – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления Бизнес-школы, Череповецкий государственный университет (Российская Федерация, 162600, г. Череповец, пр. Советский, д. 10; e-mail: natalij2005@mail.ru)

Мария Андреевна Акимова – магистрант Высшей школы бизнеса, Южный федеральный университет (Российская Федерация, 344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, д. 43, e-mail: empuza@mail.ru)

Дмитрий Александрович Рубан – Philosophiae Doctor, кандидат геолого-минералогических наук, доцент Высшей школы бизнеса, Южный федеральный университет (Российская Федерация, 344019, г. Ростов-на-Дону, ул. 23-я линия, д. 43; e-mail: ruban-d@mail.ru)

Станислав Владимирович Бойко – кандидат философских наук, профессор кафедры экономики и менеджмента, Филиал Санкт-Петербургского государственного экономического университета в г. Череповце (Российская Федерация, 162600, г. Череповец, ул. Сталеваров, д. 44; e-mail: sboyko938@mail.ru)

Анна Вадимовна Усова – кандидат психологических наук, доцент кафедры экономики и управления Бизнес-школы, Череповецкий государственный университет (Российская Федерация, 162600, г. Череповец, пр. Советский, д. 10; e-mail: Annvadim75@yandex.ru)

Эллада Рамис кызы Мустафаева – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Бизнес-школы, Череповецкий государственный университет (Российская Федерация, 162600, г. Череповец, пр. Советский, д. 10; e-mail: ellada-mustafaeva@bk.ru)

Yashalova N.N., Akimova M.A., Ruban D.A.,  
Boiko S.V., Usova A.V., Mustafaeva E.R. kzy

## Prospects for Regional Development of Industrial Tourism in View of the Analysis of the Main Economic Indicators of Russian Tourism Industry

**Abstract.** The development of tourism industry at the regional level is relevant for all the subjects of the Russian Federation. The issue is especially acute in those of them that do not have rich cultural-historical heritage and unique natural-climatic conditions. In particular, these areas include highly urbanized industrial regions of the country, which at present do not make an effective use of their potential for the development of domestic and inbound tourism. The subject of the research in this paper is tourist activity in federal districts of the Russian Federation. The purpose of the paper is to analyze the volume of tourist services in the Russian Federation and to substantiate the development of industrial tourism in the regions for the purpose of attracting additional tourist flows. The study uses the system approach, the basic scientific methods of analysis and synthesis, deduction and induction, and statistical analysis methods. One of the innovations in the tourism business of the Russian Federation could be the organization and conducting of excursions to the enterprises of the country not only for official delegations and business partners, but also for ordinary tourists. The article highlights the opportunities and threats for the development of





industrial tourism in the Russian Federation. As a result of the statistical analysis of economic indicators of tourism industry development for 2011–2015, the authors identify a decline in the growth rate of the volume of tourist services. The lack of new tourist offerings reduces opportunities for growth. In this case the authors find it appropriate to promote a new type of domestic tourism associated with visiting industrial enterprises. The development of industrial tourism provides the regional economy with the multiplier effect including the stimulating effect on the activity of related sectors, and promotes import substitution in tourism. Main provisions of the present paper, due to their their universal character, can be used in educational process by educational institutions; they can also be recommended for use by the authorities in order to promote regional tourism.

**Key words:** industrial tourism, enterprise, SWOT analysis, region, analytics.

### References

1. Akimova M.A., Ruban D.A. Ekstremal'nyi turizm: sovershenstvovanie klassifikatsii [Extreme tourism: improving the classification]. *Geograficheskii vestnik* [Geographical bulletin], 2016, no. 1, pp. 95-103. (In Russian).
2. Belent'eva T.N., Naruta Ya.S. Analiz sostoyaniya promyshlennogo turizma v Primorskom krae [Analysis of the state of industrial tourism in Primorsky Krai]. *Vestnik sovremennoi nauki* [Bulletin of modern science], 2015, no. 11-2, pp. 23-28. (In Russian).
3. Volkov S.K., Morozova I.A. Nuzhno li razvivat' v Rossii promyshlennyy turizm? [Is it necessary to develop industrial tourism in Russia?]. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire* [Current research in the modern world], 2016, no. 8-1, pp. 26-30. (In Russian).
4. Volkov S.K. Promyshlennyy turizm: obzor nemetskogo opyta i perspektivy dlya rossiiskikh regionov [Industrial tourism: a review of the German experience and the opportunities for Russian regions]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and abroad], 2015, no. 5, pp. 68-75. (In Russian).
5. Garnov A.P., Krasnobaeva O.V. Aktual'nost' sistemnogo formirovaniya otechestvennogo promyshlennogo turizma [The relevance of the system-wide formation of domestic industrial tourism]. *Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta im. G.V. Plekhanova* [Bulletin of Plekhanov Russian University of Economics], 2012, no. 2, pp. 60-63. (In Russian).
6. Gontareva E.F., Ruban D.A. Razvitie gostinichnogo khozyaistva v Rossii: prostranstvennaya dinamika osnovnykh parametrov [Development of the hotel industry in Russia: spatial dynamics of the main parameters]. *Vestnik UrFU. Seriya ekonomika i upravlenie* [Vestnik UrFU. Series economics and management], 2016, no. 1, pp. 8-29. (In Russian).
7. Grigorenko T.N., Kaz'mina L.N. Prioritety v oblasti razvitiya vnutrennego i v'ezdnoogo turizma Rossii na sovremennom etape [Priorities in the development of domestic and inbound tourism of Russia on the modern stage]. *Vestnik Natsional'noi akademii turizma* [Bulletin of the National Academy of Tourism], 2015, no. 4, pp. 14-16. (In Russian).
8. Dmitriev G.S. Khabarovskii krai – territoriya razvitiya promyshlennogo turizma [Khabarovsk Krai – the territory of development of industrial tourism]. *Molodoi uchenyi* [Young scientist], 2016, no. 15-1, pp. 60-62. (In Russian).
9. Kadyrov R.V. Predpriyatiya polimernogo proizvodstva Tatarstana kak rekreatsionnyi resurs promyshlennogo turizma: postanovka problemy [Enterprises of polymer processing in the Republic of Tatarstan as a recreational resource of industrial tourism: formulation of the problem]. *Vestnik Kazanskogo tekhnologicheskogo universiteta* [Bulletin of Kazan National Research Technological University], 2012, no. 10, pp. 123-125. (In Russian).
10. Koreshkov M.V., Derevnina S.E. Promyshlennyy turizm: znakomstvo s proizvodstvom [Industrial tourism: an introduction to the production]. *Professional'noe obrazovanie i rynek truda* [Vocational education and the labor market], 2015, no. 9-10, pp. 42-43. (In Russian).
11. Kosyakova A.A. Perspektivy razvitiya promyshlennogo turizma v Rossii [Prospects for the development of industrial tourism in Russia]. *Nauchnaya mysl'* [Scientific thought], 2016, no. 1, pp. 56-59. (In Russian).
12. Medyanik A.V., Tarabanovskaya S.V. K voprosu o znachenii promyshlennogo turizma v razvitii regiona [Revisiting the issue concerning the significance of industrial tourism development of the region]. *Tendentsii nauki i obrazovaniya v sovremennom mire* [Trends in science and education in the modern world], 2016, no. 18-3, pp. 30-33. (In Russian).

13. Nikulina Yu.N. Razvitie promyshlennogo turizma kak sposob povysheniya kachestva podgotovki molodykh spetsialistov dlya ekonomiki regiona [The development of industrial tourism as a way to improve the quality of training of young specialists for the regional economy]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii* [Intellect. Innovation. Investment], 2016, no. 3, pp. 46-52. (In Russian).
14. Pogorelova N.V. Perspektivy razvitiya turizma v regione s promyshlennoi i agrarnoi spetsializatsiei [Prospects for the development of tourism in the region with industrial and agricultural specialization]. *Vestnik Povolzhskogo gosudarstvennogo universiteta servisa. Seriya: ekonomika* [Bulletin of Volga Region State University of Service. Series economics], 2012, no. 24, pp. 35-39. (In Russian).
15. Sklyarenko S.A., Panchenko T.M., Selivanov I.A., Golovenko M.V. Perspektivy razvitiya promyshlennogo turizma v Rossii [Prospects for development of industrial tourism in Russia]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian entrepreneurship], 2011, no. 10-1, pp. 146-150. (In Russian).
16. Struzberg G.V., Dokashenko L.V. Potentsial Orenburgskoi oblasti v sfere promyshlennogo turizma [The potential of the Orenburg Oblast in the sphere of industrial tourism]. *Novyi universitet. Seriya: Ekonomika i pravo* [New University. Series: Law and Economics], 2014, no. 4, pp. 122-125. (In Russian).
17. Struzberg G.V. Sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya promyshlennogo turizma [Current state and development prospects of industrial tourism]. *Infrastrukturnye otrasli ekonomiki: problemy i perspektivy razvitiya* [Infrastructure sectors of the economy: problems and prospects], 2013, no. 3, pp. 147-151. (In Russian).
18. Timofeev N.V. Kontseptsiya razvitiya promyshlennogo turizma kak sposob povysheniya ekonomicheskogo blagosostoyaniya Sankt-Peterburga (na primere sudostroitel'nogo klastera) [The concept for development of industrial tourism as a way to improve economic well-being of Saint Petersburg (on the example of the shipbuilding cluster)]. *Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Bulletin of Saint Petersburg State University of Economics], 2014, no. 2, pp. 142-145. (In Russian).
19. Uskova T.V., Egorov V.K., Leonidova E.G. Turizm v Rossiiskoi Federatsii: vozmozhnosti dlya importozameshcheniya [Tourism in the Russian Federation: opportunities for import substitution]. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of territory's development.], 2016, no. 4, pp. 32-46. (In Russian).
20. Frolova E.V., Kabanova E.E. Razvitie turisticheckoi privlekatel'nosti rossiiskikh territorii: sovremennye tendentsii i upravlencheskie praktiki [The development of tourist attractiveness of Russian territories: modern trends and management practices]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and social changes: facts, trends, forecast], 2016, no. 1, pp. 153-169. (In Russian).
21. Bran F., Manea G. The industrial tourism. *Quality - Access to Success*, 2012, vol. 13, suppl. 3, pp. 1-6.
22. Bujok P., Klempa M., Jelinek J., Porzer M., Rodriguez Gonzalez M.A.G. Industrial tourism in the context of the industrial heritage. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 2015, vol. 15, pp. 81-92.
23. Copic S., Dordevic J., Lukic T., Stojanovic V., Dukicin S., Besermenji S., Stamenkovic I., Tumaric A. Transformation of industrial heritage -an example of tourism industry development in the Ruhr area (Germany). *Geographica Pannonica*, 2014, vol. 18, pp. 43-50.
24. Frew E.A. Industrial tourism theory and implemented strategies. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2008, vol. 2, pp. 27-42.
25. Garaca V., Trifkovic A., Curcic N., Vukosav S. Aspects of industrial heritage tourism: Case of Novi Sad. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 2014, vol. 44, pp. 181-198.
26. Hospers G.-J. Industrial heritage tourism and regional restructuring in the European union. *European Planning Studies*, 2002, vol. 10, pp. 397-404.
27. Jia Y. Analysis and Suggestions on Chinese Industrial Tourism Development. *International Business Research*, 2010, vol. 3, pp. 169-173.
28. Jonsen-Verbeke M. Industrial heritage: A nexus for sustainable tourism development. *Tourism Geographies*, 1999, vol. 1, pp. 70-85.
29. Lee C.-F. An investigation of factors determining industrial tourism attractiveness. *Tourism and Hospitality Research*, 2016, vol. 16, pp. 184-197; no. 24, pp. 35-39.
30. Otgaar A. Towards a common agenda for the development of industrial tourism. *Tourism Management Perspectives*, 2012, vol. 4, pp. 86-91.



### Information about the Authors

Natal'ya Nikolaevna Yashalova – Doctor of Economics, Associate Professor, Department of Economics and Management, Business School, Cherepovets State University (10, Sovetsky Avenue, Cherepovets, 162600, Russian Federation, natalij2005@mail.ru)

Mariya Andreevna Akimova – Master Degree Student, Higher School of Business, Southern Federal University (43, 23rd Liniya Street, Rostov-on-Don, 344019, Russian Federation, empuza@mail.ru)

Dmitrii Aleksandrovich Ruban – Philosophiae Doctor, Doctor of Geology and Mineralogy, Higher School of Business, Southern Federal University (43, 23rd Liniya Street, Rostov-on-Don, 344019, Russian Federation, ruban-d@mail.ru)

Stanislav Vladimirovich Boiko – Ph.D. in Philosophy, Professor, Department of Economics and Management, Branch of Saint Petersburg State University of Economics in Cherepovets (44, Stalevarov Street, Cherepovets, 162600, Russian Federation, sboyko938@mail.ru)

Anna Vadimovna Usova – Ph.D. in Psychology, Associate Professor, Department of Economics and Management, Business School, Cherepovets State University (10, Sovetsky Avenue, Cherepovets, 162600, Russian Federation, Annvadim75@yandex.ru)

Ellada Ramis kyzy Mustafaeva – Ph.D. in Economics, Department of Economics and Management, Business School, Cherepovets State University (10, Sovetsky Avenue, Cherepovets, 162600, Russian Federation, ellada-mustafaeva@bk.ru)

Статья поступила 01.11.2016.