

Лашихиа Ш. В. Абхазская АССР. Природные ресурсы и хозяйственная практика : (Вопросы географической технологии природопользования). Тбилиси: ТУ, 1982.

Пачулия В. П. По историческим местам Абхазии. Сухуми: Абхаз. гос. изд-во, 1958.

Пачулия В. П. Абхазия – край туризма. Сухуми: Алашара, 1975.

Сакания С. М., Требелева Г. В. Позднеантичные и средневековые храмы Северо-Восточного Причерноморья. Каталог. Т. 1. Западная Абхазия (Гагрский, Гудаутский, Сухумский районы). Магнитогорск: ЗАО «Магнитогорский дом печати», 2019.

Тинтилозов З.К., Резван В.Д., Дублянский В.Н., Климчук А.Б. Спелеологические и гидрологические особенности Бзыбского массива // Сообщ. АН Груз. ССР. 1987. Т. 127. № 3. С. 569–572.

Ублава Д. Там, где плещется форель: Из опыта работы Чернореченского форелевого хозяйства. М.: Колос, 1966.

Цвинария И. И. Раскопки дольменов в селе Отхара (Гудаутский район) // Полевые археологические исследования в Грузии в 1977 г. Тбилиси: Мецниереба, 1980. С. 26–32.

Цвинария И. И. Новые памятники дольменной культуры Абхазии. Тбилиси: Мецниереба, 1990.

Цвинария И. И., Бжания Д. С. Открытие нового кургана эпохи бронзы в с. Отхара Гудаутского района Абхазии // Пятая Кубанская археологическая конференция. Материалы конференции. Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2009. С. 404–406.

Цвинария И. И., Бжания Д. С., Сакания С. М. Исследования в с. Отхара Гудаутского района. // Археологические открытия 2009 г. М.: Ин-т археологии РАН, 2013. С. 357–359.

УДК 338.48

Т. С. Кузьмина,
Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ ЕКАТЕРИНБУРГА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ГОРОДА

На сегодняшний день промышленный туризм – активно развивающаяся отрасль туристской деятельности. Для сохраняющих свою промышленную специализацию районов Урала, в частности, для Свердловской области и для Екатеринбурга с их богатой историей промышленных предприятий, ведущих свое начало еще с петровских времен и успешно продолжающих работать и в наши дни, эта отрасль туризма очень перспективна, поскольку обладает хорошим потенциалом развития и высокой социальной значимостью. Во многом благодаря промышленному потенциалу формируется и имидж города Екатеринбурга, что, в свою очередь, является ключевым фактором активизации туризма и центром притяжения туристов со всей страны.

Ключевые слова: промышленный туризм, имидж города, индустриальное наследие, историческое наследие, Урал, Екатеринбург, промышленный потенциал.

Промышленный туризм тесно взаимосвязан с другими видами туризма, такими как культурный, образовательный, деловой. Промышленный туризм ориентирован на несколько целевых аудиторий – его объектами интересуются не только туристы, но и инвесторы, технические специалисты, журналисты, учащиеся, поэтому его туристский продукт может быть очень разнообразен по содержанию и прочим характеристикам, способствовать комплексному развитию территории [Гененко и др., 2020, с. 207–210].

Свердловская область – один из самых интересных с точки зрения промышленного туризма регион, обладающий уникальными ресурсами для развития. Возможности развития промышленного туризма определяются мощной промышленной специализацией области, в которой на протяжении нескольких столетий зарождались традиции и основы горнодобывающей и металлургической промышленности нашей страны. Здесь были найдены множество разнообразных видов полезных ископаемых, здесь вели свою деятельность первые российские промышленники. Здесь были изобретены и построены первая русская железная дорога, первый русский паровоз, прообразы экскаватора, подъемных механизмов, прокатного стана, первая русская водяная турбина и многое другое.

Согласно действующей Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 г., промышленный туризм является одним из приоритетных видов для развития в регионе [Об утверждении..., 2019]. Развитие промышленного туризма предполагается в рамках культурно-познавательного туризма, и для этого поставлены следующие задачи:

- 1) выстраивание системы взаимодействия с промышленными компаниями в целях формирования перечня объектов для туристского посещения, экскурсионных программ, предполагающих участие посетителей в производственном процессе;

- 2) стимулирование промышленных предприятий Свердловской области к работе с туристами, в том числе проведению мастер-классов, тестовых испытаний для клиентов, дегустаций и т. д. для туристов в качестве одного из наиболее действенных механизмов продвижения на внешние рынки своей продукции.

В настоящее время Свердловская область лидирует среди регионов России по объемам промышленного производства. На ее терри-

тории расположено более 600 промышленных предприятий. Основу промышленности, как и раньше, составляет металлургический комплекс. Именно поэтому промышленный туризм включен в число приоритетных направлений развития туризма в области.

В частности, Екатеринбург – один из крупнейших промышленно-производственных центров России, в котором сосредоточены такие отрасли промышленности, как тяжелая, металлургическая, отрасли транспортного, энергетического машиностроения, аэрокосмическая и автоматики. В настоящее время заводы Екатеринбурга производят продукцию для машиностроения (Уралмаш, Уралэлектротяжмаш, Уралтрансмаш), приборостроения и автоматики (Уральский оптико-механический завод, НПО Автоматики имени Н. А. Семихатова), отрасли строительных материалов (Екатеринбургский завод крупнопанельного домостроения) [Терских, Маленова, 2015, с. 199–205].

Сегодня успешно развиваются транспортное и энергетическое машиностроение, приборостроение, предприятия автоматики. Отметим, что часть промышленных предприятий выносятся за черту города ввиду необходимости расширять или обновлять производственные площадки (рис. 1).

<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> • Высокая концентрация промышленных объектов • Историко-географическое положение Екатеринбурга • Вовлеченность со стороны власти • Заинтересованы в привлечении значительного количества туристов и поддержания высокого уровня поступлений от туризма. Вместе с тем, большое значение имеет и востребованность промышленной продукции 	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> • Закрытые производства • Конкуренция с другими видами туризма • Особенности техники безопасности на объектах • Предприятиям необходимо распределять средства между производственной деятельностью и деятельностью, связанной с привлечением туристов, что создает определенные сложности и недостаток средств для реализации поставленных целей.
<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Повышение инвестиционной привлекательности Екатеринбурга; • Презентация территориальных брендов и продукции; • Организация бизнес-миссий для профессиональных покупателей и продвижения экспортного потенциала; • Развитие внутреннего и въездного туризма; • ПрофорIENTATION школьников и студентов 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> • Низкая инвестиционная активность; • Сокращение объемов внутреннего и въездного туризма; • Отсутствие спроса • Риски для производства (нарушение техники безопасности, замедление производственного процесса, закрытие производства);

Рис. 1. SWOT-анализ потенциала промышленного туризма г. Екатеринбурга.

В качестве основных инструментов продвижения промышленно-го туризма Екатеринбурга можно предложить следующие:

– проекты и культурные мероприятия, осуществляемые совместно с государственными учреждениями, неправительственными организациями и другими заинтересованными сторонами, повышающие работоспособность и признание промышленного объекта;

– постоянный мониторинг ожиданий посетителей и внедрение инноваций;

– организация тематических форумов и сессий (как, например, Всероссийский акселератор по промышленному туризму, программа «Открытая промышленность», форум «Путешествуй», сессия «Все – на завод!»);

– обмен фотографиями и видео экспонатов в социальных сетях, бесплатное распространение брошюр и «сарафанное радио» посетителей, что является эффективными способами повышения осведомленности о промышленных объектах и их доступности для туристов;

– взаимодействие со школами, высшими учебными заведениями, молодежными ассоциациями, профориентационными центрами;

– расширение числа открытых промышленных предприятий;

– создание и популяризация слоганов, трансляция в городском пространстве, одежде и т. д. (например, «Урал заводит!» и др.);

– организация тематических фестивалей, популяризирующих промышленные объекты Екатеринбурга (по аналогии с уже существующими тематическими мероприятиями, такими, как «Ночь музеев» или гастрофестиваль «Вкус лета»);

– стимулирование промышленных предприятий путем создания рейтингов, номинаций, почетных званий и регалий;

– взаимодействие с Клубом молодых промышленников (филиал в Екатеринбурге);

– взаимодействие с различными информационными ресурсами.

Следует сделать некоторые общие выводы о современном состоянии и перспективах развития объектов промышленного туризма в Екатеринбурге:

– на современном этапе развития туристского рынка промышленный туризм имеет ряд преимуществ как новый вид туристского предложения, обеспеченный наличием потенциально большого количества объектов такого типа в Свердловской области, в частности в городе Екатеринбурге, заинтересованностью местного населения и властей в продвижении и развитии промышленного туризма в регионе

– к числу проблем, тормозящих развитие промышленного туризма, стоит отнести явный недостаток рекламных и маркетинговых мероприятий по его продвижению, «немассовость» этого вида туризма, а также малую открытость объектов промышленного туризма, снижающую потенциальный туристский поток;

– активное развитие промышленного туризма в регионе дает возможности привлечения новых кадров в промышленность благодаря

проведению профориентационных мероприятий, укрепления имиджа и поддержания репутации предприятий как успешных экономических объектов, а также сохранения объектов промышленного наследия и истории региона, города [Чувакова, Сбусина, 2011, с. 43–47];

– проблемы, возникающие при посещении объектов промышленного туризма, могут быть связаны не только с безопасностью, но и с плохим состоянием объектов показа, недостаточным качеством организации экскурсий, вызывающим снижение интереса к ним, а также отсутствием или низким уровнем предоставления дополнительных услуг для туристов.

Таким образом, промышленный туризм необходимо дополнить соответствующей ему туристской инфраструктурой, мероприятиями по продвижению туристского продукта и активным взаимодействием с администрациями промышленных объектов и с местным сообществом для того, чтобы сформировать и поддерживать туристский интерес к этим объектам и способствовать территориальному развитию, положительному имиджу города.

Гененко О. Н., Посохова Н. В., Бовкунова Ю. В., Куценко Е. С. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона // Инновации и инвестиции. 2020. № 10. С. 207–210.

Об утверждении Стратегии развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области на период до 2035 года : постановление правительства Свердловской области от 01.08.2019 № 488-ПП // Электрон. фонд правовых и норм.-тех. док. URL: <https://docs.cntd.ru/document/561486332> (дата обращения: 27.08.2024).

Терских М. В., Маленова Е. Д. Имидж региона: теоретический аспект (российский и зарубежный опыт) // Политическая лингвистика. 2015. № 2 (52). С. 199–205.

Чувакова С. Г., Сбусина М. В. Имидж региона и теоретические подходы к его классификации // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 17 (200). С. 43–47.

УДК 338.48

Л. О. Лаптев
Уральский федеральный университет
г. Екатеринбург

ВИДЕОКОНТЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ: НА ПРИМЕРЕ «UTRAVEL»

В эпоху цифровых технологий видеоконтент стал одним из самых мощных инструментов маркетинга. Особое значение он приобретает в продвижении туристских территорий, где визуальная составляющая играет ключевую роль в привлечении внимания и интереса потенциальных ту-