

УДК 338.48

Агаджанян Оксана Араратовна

магистрант направления подготовки
«Государственное и муниципальное
управление»
Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ
Челябинский филиал
Россия, Челябинск
o.a.agadjanyan@mail.ru

Oksana A. Agadjanyan

master of the direction of preparation
«The public and municipal administration»
Russian academy of national economy and
public service under the President
of the Russian Federation
Chelyabinsk branch
Russia, Chelyabinsk

ОЦЕНКА ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЧЕЛЯБИНСКЕ

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы активизации развития туризма в Челябинске. Выявлены основные проблемы, оказывающие негативное влияние на реализацию возможностей туризма города. Предложены рекомендации по решению выявленных проблем.

Ключевые слова:

туризм, промышленный туризм, событийный туризм, имидж города

ASSESSMENT OF TOURISM OPPORTUNITIES IN THE CITY OF CHELYABINSK

Abstract

The article deals with the issues of tourism activation in Chelyabinsk. The main problems that have a negative impact on the implementation of the city's tourism opportunities are identified. Brief recommendations for solving the identified problems are offered.

Keywords:

tourism, industrial tourism, event tourism, city image

Введение. Вопросы развития туризма в Челябинской области в целом и в городе Челябинске в частности обсуждаются достаточно давно. Подтверждением этому является упоминание развития туризма в стратегиях развития области и города, разработка мер по реализации данного направления и т.п. Несмотря на это, на сегодняшний день не наблюдается ажиотажный спрос на туристский продукт в Челябинске, чему, на наш взгляд, есть несколько весомых причин. В этой связи представляется актуальной оценка возможности развития туризма в Челябинске, которая позволит выявить основные проблемы в этой сфере и определить точки роста.

Методы исследования. Нами в качестве научных методов исследования использованы анализ литературных источников и статистических данных; общенаучные методы: описание, объяснение, абстрагирование, сравнение, а также методы формальной логики – индуктивный и дедуктивный.

Цель исследования – выявить проблемы, которые препятствуют развитию туризма в Челябинске и выработать рекомендации по их решению. Для достижения цели нами решены следующие **задачи:**

- рассмотрено состояние туристической отрасли в России и в Челябинске;
- выявлены проблемы, препятствующие развитию туризма в Челябинске;
- предложены меры, направленные на снятие барьеров, препятствующих развитию туризма в Челябинске.

Обсуждение. Рассматривая туризм как отдельно взятую отрасль экономики, стоит отметить, что в нашей стране длительное время сохранялась тенденция преобладания внешнего туризма над внутренним. Лишь в последнее время ситуация существенно изменилась. За последние 1,5-2 года эксперты фиксируют рост внутреннего туризма и динамичное снижение внешнего. Так, в 2019 году рост числа туристов, посетивших Челябинск, зафиксирован на уровне 20%. В это значение входят все виды туризма, в том числе деловой и спортивный.

На наш взгляд, указанные выше изменения обусловлены рядом причин:

- затяжное падение курса рубля по отношению к европейской валюте и доллару США;
- падение реальных доходов населения;
- введение ограничительных мер в связи с возникновением пандемии.

Таким образом, именно сейчас появляются стимулы для государственных органов власти создавать необходимые условия для активизации развития туризма, в том числе в Челябинске. Это подтверждает необходимость оперативной реализации мер по привлечению туристов в город.

Возможностью развития и аспектам повышения привлекательности туризма в Челябинске занимаются уже длительное время большое количество авторов. Так, работы ряда исследователей посвящены развитию таких видов туризма как экологический, спортивный, историко-культурный, деловой и т.д. [3; 4; 8; 10].

Интересным то, что исследователи рассматривают в качестве потенциальных для города виды туризма, о которых ранее не шло даже речи. Примером является оценка возможности развития промышленного туризма в Челябинске как одного из перспективных направлений на сегодняшний день [4]. За рубежом промышленный туризм давно перестал быть экзотикой. В мире даже появилась определённая специализация по странам, предлагающим услуги промышленного туризма: Франция наиболее успешно организует сырные туры, в Великобритании кондитерскую фабрику Cadbury ежегодно посещают около 500 тыс. человек со всего мира, Испания славится винным туризмом, Голландия продвигает цветочный туризм, Финляндия

организует поездки на стеклодувные заводы, Германия удивляет гостей отлаженным современным производством на заводах по сборке автомобилей [7]. Серьёзно продвигаются в развитии промышленного туризма в Белоруссии [5]. В Челябинске интересен опыт проводимых туристических экскурсий на фабрике Юничел, где производят обувь широкого ассортимента. Кроме коммерческой выгоды от потока туристов, для руководства важно расширить круг своих клиентов, показав качественное оборудование и материалы, которые они используют в своей работе, какой отлаженный механизм создания обуви внедрен за многие годы работы [4]. Здесь не без основания надеются на то, что многие посетители фабрики приобретут её продукцию. Этот опыт нужно масштабировать в городе и регионе.

Эксперты акцентируют внимание на том, что интерес к промышленному туризму в Челябинске обусловлен наличием достаточно большого количества промышленных предприятий на территории города, некоторые из которых имеют уникальную историю и являются предметом гордости жителей Южного Урала.

Ещё одним весьма специфическим направлением туризма в Челябинске является позиционирование города как бренда советской эпохи [3]. Исследователи данного направления туризма отмечают повышенный интерес в последнее время к советскому времени и желание людей увидеть наследие того периода своими глазами.

Что касается государственного регулирования развития туризма в Челябинске, то здесь можно отметить включение данной сферы в Стратегию развития региона до 2035 года [1]. Одним из приоритетных направлений, как отмечается в этом документе, является развитие туризма в регионе при использовании такого инструмента как «комплексный продукт». При этом роль Челябинска в реализации данного направления можно оценить как важную и значимую.

В рамках Стратегии развития Челябинской области была разработана стратегия развития г. Челябинска, предполагающая реализацию программы «Город для жизни», в которой присутствуют блоки развития города с позиции удобства, красоты, спорта [2]. Городские власти выделяют две цели развития туризма. Основной целью является повышение узнаваемости города, дополнительной целью – экономический эффект от развития туристской сферы, выражающийся в виде создания новых рабочих мест в успешном малом и среднем бизнесе, увеличении

налоговых отчислений в бюджет. При этом приоритетными направлениями развития туризма являются [2]:

- разработка и продвижение новой концепции имиджа Челябинска;
- развитие делового и культурно-развлекательного туризма;
- развитие событийного туризма.

На улучшение имиджа города в последнее время направлены серьёзные усилия. Это видно по внешним изменениям в Челябинске, произошедшим буквально за последние несколько месяцев.

Для развития делового и культурно-развлекательного туризма, на наш взгляд, делается недостаточно. Эти сферы почти не представлены в спектре туристских продуктов. Это приводит к мысли о том, что нужно разработать и реализовать ряд проектов для активизации данного направления туризма на Южном Урале и, в частности, в Челябинске. Это в полной мере касается и событийного туризма. По нашему мнению, Челябинск не в полной мере воспользовался крупными спортивными мероприятиями, проходившими в нём за последнее время. Основной причиной этому была неготовность сферы сервиса.

Исследуя возможности туризма в Челябинске, нельзя не обратить внимания на преимущества и недостатки данного территориального образования. Анализируя имеющуюся информацию, мы выделили важные моменты.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки г. Челябинска для развития туризма

Преимущества	Недостатки
Территория города обладает культурным и историческим наследием	Сложная экологическая обстановка
Город и его окрестности отличает природное разнообразие	Недостаточно развитая система размещения туристов и уровень сервиса, отстающий от международных стандартов
На территории города проводятся знаковые культурно-массовые мероприятия, в том числе международного уровня	Отсутствие инновационных инструментов, используемых в сфере туризма
На территории города расположены одни из ведущих промышленных фабрик и заводов, представляющих интерес с точки зрения промышленного туризма	«Провальные» либо недостаточно продуманные проекты по проведению культурно-массовых мероприятий
Поддержка туризма путём предоставления грантов	Система получения грантов достаточно громоздкая
Открытость в обсуждении перспективных для реализации проектов в сфере туризма	Недостаточно развитая транспортная инфраструктура города, отсутствие специально организованных туристических маршрутов

Для реализации цели развития туризма в Челябинске нужно повысить привлекательность и узнаваемость города как внутри страны, так и за её пределами. В этой связи представляется важным выявление и оценка проблем, имеющих в данной сфере. К решению этого вопроса нужно привлечь не только чиновников и специалистов государственных учреждений, но и экспертов, выдвигаемых гражданском обществом [6]. Это позволит повысить уровень участия челябинцев в жизни своего города, в реализации проектов по его развитию.

Безусловно, наиболее важной проблемой города является плохая экология, состояние которой оказывает отрицательное влияние на развитие туризма в Челябинске, поскольку город является одним из наиболее загрязнённых в России.

Поэтому при решении вопроса расширения масштабов туризма необходимо также обратить внимание на решение экологической проблемы. В противном случае, говорить о возможностях туризма города будет неуместно. Новое руководство региона и города предпринимают энергичные усилия для изменения экологической ситуации в Челябинске. Туристическая отрасль заинтересовано следит за происходящими изменениями.

Ещё одной проблемой является неразвитая транспортная инфраструктура в городе, что существенно тормозит реализацию туристических программ различной направленности. Нужно отметить, что и вопрос улучшения экологии, и развитие транспортной инфраструктуры заложены в основу стратегии социально-экономического развития города.

Актуальной проблемой представляется отсутствие инновационной продукции в туристской сфере. К примеру, во многих городах России, осуществляющих развитие туризма на своей территории, реализуется внедрение инновационных технологий, делающих интересными самые разнообразные туристские продукты. Исходя из этого, представляется важным обратить внимание органов государственной власти на разработку и внедрение такого рода продуктов (например, широкое использование цифровых технологий на некоторых объектах туристических маршрутов).

Особо стоит отметить неготовность города к принятию большого потока туристов из-за отсутствия соответствующего сервиса. Нельзя отрицать то, что в городе присутствуют объекты, соответствующие международным стандартам сервиса, но всё же их крайне мало. Высокий уровень сервиса в наши дни

воспринимается многими людьми как важное условие при выборе туристического маршрута. Ценности задают вектор социокультурной активности человека [9].

Выводы. На современном этапе развития Челябинск по своему ресурсному потенциалу способен стать одним из ведущих туристических центров региона. Данное утверждение обусловлено наличием в городе большого количества памятников культуры и искусства, проведением различного рода культурно-массовых и спортивных мероприятий, строительством бизнес-центров, отвечающим самым предвзятым вкусам, уникальностью природного богатства.

В то же время в городе существует ряд проблем, тормозящих активизацию развития туризма. Именно конструктивное и последовательное решение данных проблем способно вывести Челябинск по уровню привлекательности для туристов в число самых успешных в этом плане российских городов.

Представляется также важным усиление поддержки предпринимательских структур в туристической отрасли со стороны Администрации города, по крайней мере, на первых этапах реализации государственных программ, предусматривающих стимулирование развития туризма. На наш взгляд, возможность участия в конкурсах на получение грантов Федерального агентства по туризму – этого слишком мало. Для перелома ситуации в сфере туризма необходима разработка комплексной региональной и городской программ развития туризма, позволяющих активизировать участие в проектах предпринимательских структур. Нужно учитывать и то, что многие предприятия сферы туризма серьёзно экономически пострадали от ограничительных мер в период пандемии.

Безусловно, нужно отдавать себе отчёт в том, что развитие туризма в Челябинске – процесс не только длительный и требующий грамотной его реализации, но и нуждающийся в достаточно крупных финансовых ресурсах. В то же время нельзя забывать о том, какой положительный экономический эффект может дать успех развития туризма в Челябинске. Привлекательность города для туристов может повлиять не только на имидж и внешний вид самого города, но и на развитие бизнеса, а также на рост благосостояния его жителей.

Поскольку в связи с последними событиями существенно пострадал малый и средний бизнес города, в особенности, в сфере сервиса, то реализация намеченных мер позволит оказать существенную помощь данным субъектам предпринимательства.

Также стоит отметить, что развитие туризма в Челябинске является перспективным и стратегически важным направлением в связке с реализацией прочих программ социально-экономического развития, например, таких как развитие спорта, воспитания молодёжи, внешнеэкономической деятельности и т.д.

Список использованных источников

1. Стратегия социально-экономического развития Челябинской области на период до 2035 года: проект 2018 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://mininform74.ru/Upload/files/СТРАТЕГИЯ%20ИТОГ.pdf>. (Дата обращения 12.12.2020).

2. Социально-экономическая стратегия города Челябинска до 2020 года: утв. 30.03.2018 г. [Электронный ресурс]. – URL: <https://air174.ru/about-chelyabinsk/strategy-2035/documents.html>. (Дата обращения 12.12.2020).

3. Давыдова О.В., Лис Е.С. Бренды советской эпохи в путеводителе Челябинской области // Тенденции развития науки и образования. 2018. № 45-5. С. 71 – 75.

4. Жижилева К.А. Промышленный туризм на Урале: из опыта обувной фирмы Юничел (г. Челябинск) // Дизайн. Искусство. Промышленность. 2018. № 5. С. 47-51.

5. Зайцев А.А., Зайцева Н.В. Промышленный туризм в Беларуси: перспективный маркетинговый ход как сочетание мирового опыта и отечественных реалий // Труды БГТУ. Серия 6: История, философия. 2019. № 2 (227). С. 74-77.

6. Зырянов С.Г., Лукин А.Н. Россия на пути развития гражданского общества: верно ли выбраны ориентиры? // Социально-политические науки. 2016. № 4. С. 23-27.

7. Кучер М.О. Перспективы развития экскурсионных программ в сфере промышленного туризма в краснодарском крае // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. 2014. № 1. С. 309-312.

8. Лихолетов В.В., Лихолетов В.В. (мл) Урал: потенциал территории и перспективы развития делового туризма // Успехи современной науки и образования. 2016. № 12. Т. 3. С. 194 – 201.

9. Лукин А.Н. Ценностно-целевой аспект человеческого бытия // Социум и власть. 2014. № 6 (50). С. 103-107.

10. Сергеева Д.С., Камерер Е.В. Разработка платформы бренда города Челябинска на примере продвижения историко-культурного наследия территории // Конкурентоспособность территорий. Материалы XXII Всероссийского экономического форума молодых ученых и студентов. Екатеринбург, 22-26 апреля 2019 г. В 5-ти частях. 2019. С. 98 – 99.