

ВОЗМОЖНОСТИ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

© Грошева Е. К., Чуприна А. Д., Ким А. О., 2021

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье рассматривается текущее состояние рынков туризма в мире, а также рассматриваются новые тенденции или тренды, появление которых было вызвано пандемией коронавируса в мире. Также в статье анализируется рынок туризма в Иркутской области, а именно: как пандемия коронавируса повлияет на внутренний туризм, описывается текущий состав туристического рынка области, описываются основные крупные игроки в сегменте промышленного туризма, а также их слабые стороны, которые дают возможность зайти на эту нишу туризма новым игрокам.

Ключевые слова: промышленный туризм, тренды туризма, экономика региона, Иркутская область

В настоящее время перспективы на рынке туризма, в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией, далеко не самые оптимистичные для отрасли; так, ООН прогнозирует снижение мировых рынков туризма на 60–80 % [1], что, несомненно, является достаточно серьезным экономическим ударом по экономике многих стран.

Кроме того, фактическое закрытие границ не могло не привести к формированию новых трендов в туризме (если точнее, то закрытие границ приведет к изменению традиционного туризма после открытия границ).

Рассмотрим эти тренды.

Рост спроса на внутренний туризм — согласно данным, Интерфакс, спрос на туризм в целом восстановится достаточно быстро, при этом не произойдет замещение внутреннего туризма внешним [2]; говоря иначе, внутренний туризм продолжит развиваться, что благоприятно скажется на всех туристических направлениях в России;

Тренд на экологичность туризма, если же мы говорим об экологичности, то, конечно же, это более ответственные, с экологической точки зрения, путешествия; в том числе, это рост интереса к экологически-ответственным направлениям

Тренд на «новизну впечатлений», если мы говорим о поиске новых мест, то 96 % опрошенных россиян (опрошено 20 000 человек) постоянно

искали идеи для новых путешествий и смотрели возможные достопримечательности, которые они посетят (кроме того, более 30 % опрошенных не будут заинтересованы в известных достопримечательностях — это к вопросу о том, что изменяются запросы туристов — они хотят новых впечатлений после продолжительных периодов изоляции).

Необходимо также дополнить, что вытеснение внутреннего туризма внешним не произойдет из-за экономических и политических причин: на фоне пандемии происходит снижение уровня реальных доходов населения — представители «среднего класса» России больше не могут позволить себе поездки за границу в том же объеме, как до кризиса 2014 (и в том же объеме, как и до пандемии); в то же время на фоне введения санкций было затруднено получение россиянами туристических виз во многие иностранные государства.

И раз речь зашла о внутреннем туризме, нельзя не отметить и не рассказать про Иркутскую область. Иркутская область стабильно входит в топ-15

популярных туристических направлений внутреннего туризма [3, 4], но сам туризм в городе и области не развит: туристическая отрасль формирует лишь 0,7 % ВРП [5], тогда как есть потенциал довести долю туристического сектора в ВРП до 10 %. Такая малая цифра объясняется тем, что, во-первых, нет единой стратегии развития туристической отрасли в регионе, а во-вторых, тем, что уже имеющиеся достопримечательности региона не создают дополнительного денежного потока в области и/или не интересны туристам/не обладают должной известностью (особенно в контексте новых трендов).

Рассматриваем рынок далее. Туристическая отрасль (конкретнее внутренний туризм в рамках Иркутской области) достаточно стабильна и росла до 2019 года (рис. 1), но, когда случилась эпидемия, объем платных услуг в туристско-рекреационной сфере снизился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 51,7 % (по отрасли в целом).



Рис. 1. Рост объема рынка платных туристических услуг в области за 2015–2019 годы

Прежде чем перейти к перспективам промышленного туризма в области, необходимо также рассмотреть насыщенность и уровень конкуренции на туристическом рынке Иркутской области (с точки зрения туристических объектов, которые можно посетить). Не будем учитывать в нашем анализе Байкал и Листвянку, которые, так или иначе, являются обязательными «пунктами» для посещения области (за счет того, что они сами по себе являются очень крупными туристическими объектами — Байкал как самостоятельная единица, Листвянка — как «промежуточный» этап между Байкалом и Иркутском).

Таким образом, туристический рынок региона можно классифицировать следующим образом:

- достаточно крупную часть рынка занимают музеи и галереи, театры, которые обеспечивают культурный досуг приезжих туристов; в особенности музеев декабристов, галерея Бронштейна, ледокол Ангара;
- небольшая прослойка промышленного и развлекательного туризма (например, есть

экскурсии на Иркутской ГЭС); к ним же (условно) отнесем ипподром («развлекательный» туризм);

- отдельный слой — церкви, которые тоже считаются туристическими объектами (впрочем, процент присутствия церквей именно как самостоятельных игроков незначителен, и этот пункт мы рассмотрим вместе со следующим пунктом);
- памятники (не являются самостоятельными игроками на рынке туризма, но частные гиды и экскурсоводы как раз рассказывают про вот такие памятные места; также они могут проводить комплексные туры по Иркутску);
- экскурсии «на Байкал» — достаточно большой пласт, который, в основном, сконцентрирован на поездках на Байкал и Листвянку, о которых мы уже упоминали;
- небольшой сегмент «спортивного» туризма — походы и сплавы по рекам области; в основном, работают с небольшими группами людей и не пересекаются с вышеназванными группами

(отдельный рынок, который достаточно сложно отнести к массовому туризму).

Однако, если мы принимаем во внимание новые тренды туризма, то картина получается следующая: промышленный туризм может занять временную нишу, которая образуется после посещения музеев, но еще до посещения Байкала (который является «конечной» точкой посещения области, после которой турист покидает регион).

Теперь затронем такую тему, как барьеры входа на выбранный нами туристический рынок. Барьеры присутствуют, безусловно, но выражаются они не столько в необходимости определенных финансовых затрат, сколько в конкурентоспособности идеи. Поскольку привлечь и удержать туристов-клиентов достаточно трудно (особенно когда имеется определенная, достаточно сильная сфера из музеев и галерей, которые могут переманить часть наших клиентов), условием для входа на рынок (и условием стабильного и успешного существования на таком рынке), в результате, будет исходная идея и то, как она реализована.

Кроме того, перечислим уже имеющихся игроков на рынке промышленного туризма и их слабые стороны:

- АО «Группа «Илим», г. Братск — экскурсии редкие (раз в квартал), по предварительной записи;
- ООО «Радуга» — ферма кроликов — техническая направленность экскурсий, специфичность фермы;
- АНО Братский Центр Иппотерапии «Фаворит» — конный клуб — большой акцент не на конных экскурсиях, а на проживании;
- усадьба «Конный мир» — конный клуб и небольшая турбаза — из минусов расположение в Братске;
- иркутская ГЭС — сложность заказа экскурсий (на данный момент проводят только для учащихся 9–11 классов);
- музей ИАЗ ОАО «Корпорации «Иркут» — длительная полусамостоятельная экскурсия частично на открытом воздухе; факт того, что музей — ведомственный, и необходимо заранее согласовывать визит в музей
- ООО «Ангария» — фабрика мороженого — есть периодические проблемы с уровнем обслуживания и периодические проблемы с обслуживанием в самом кафе «Ангарии»;
- АО «Каравай» — экскурсия и дегустация — экскурсия проводится в группах (от 10 человек), что может быть проблематично;
- братский алюминиевый завод — обязательность согласования посещения, ориентация завода на экскурсии не для туристов, а на школьников (будущих возможных работников завода); кроме того, уникальная фишка — велосипедные экскурсии проводятся только летом, и число участников крайне небольшое — до 200 человек

Несмотря на то, что вышеперечисленные предприятия существуют на туристическом рынке области достаточно давно, тем не менее они не стремятся реализовать весь свой возможный потенциал, что дает возможность зайти на рынок новому игроку, который будет ориентирован на аудиторию семейного туризма (семьи с детьми, например). ■

1. Всемирная туристическая организация: мировой рынок туризма в 2020 году снизится на 70 % год [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: информ. агентство. – Электрон. дан. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4358185> (дата обращения: 01.12.2020) Business Process Definition [Электронный ресурс] // www.comidor.com - Электрон. Дан – URL: <https://www.comidor.com/knowledge-base/business-process-management-kb/business-process-definition/> (дата обращения 03.12.2020). - Текст : электронный.

2. The Extensive Guide to Business Processes [Электронный ресурс] // kissflow.com - Электрон. Дан. – URL: <https://kissflow.com/bpm/business-process/> (дата обращения 03.12.2020). - Текст : электронный.

3. Классификация информационных систем предприятий [Электронный ресурс] // fossdoc.com - Электрон. дан. – URL: <https://fossdoc.com/ru/klassifikacija-informacionnyh-sistem> (дата обращения 04.12.2020). - Текст : электронный.

4. УПП и ERP: что выбрать? [Электронный ресурс] // ПервыйБит: справ.-информ. портал. - Электрон. дан. - URL: https://www.1cbit.kz/services/line_consult/faq/upp-i-erp-cto-vybrat/ (дата обращения: 06.12.2020).\ - Текст : электронный.

5. Booking.com рассказал, как россияне будут путешествовать в ближайший год [Электронный ресурс] // Интерфакс-туризм: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/74303/ (дата обращения: 05.12.2020)

6. В 2018 году Иркутскую область посетили 295 тысяч иностранных туристов [Электронный ресурс] // Твой Иркутск: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://www.irk.ru/news/20190328/tourism/> (дата обращения: 09.12.2020)

7. Национальный туристический рейтинг-2019 [Электронный ресурс] // Центр информационных коммуникаций «Рейтинг»: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <http://russia-rating.ru/info/17205.html> (дата обращения: 07.12.2020)

8. Стратегию развития туризма в Иркутской области до 2036 года разработают к осени [Электронный ресурс] // Сибирские новости: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://snews.ru/news/strategiyu-razvitiya-turizma-v-irkutskoy-oblasti-do-2036-goda-razrabotayut-k-oseni> (дата обращения: 08.12.2020). - Текст : электронный.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Booking.com рассказал, как россияне будут путешествовать в ближайший год [Электронный ресурс] // Интерфакс-туризм: информ. портал. – Электрон. дан. – URL: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/74303/ (дата обращения: 05.12.2020)

The Extensive Guide to Business Processes [Электронный ресурс] // kissflow.com - Электрон. Дан. – URL: <https://kissflow.com/bpm/business-process/> (дата обращения 03.12.2020). - Текст : электронный.

В 2018 году Иркутскую область посетили 295 тысяч иностранных туристов [Электронный ресурс] // Твой Иркутск: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://www.irk.ru/news/20190328/tourism/> (дата обращения: 09.12.2020)

Всемирная туристическая организация: мировой рынок туризма в 2020 году снизится на 70 % год [Электронный ресурс] // Коммерсантъ: информ. агентство. – Электрон. дан. - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4358185> (дата обращения: 01.12.2020) Business Process Definition [Электронный ресурс] // www.comidor.com - Электрон. Дан – URL: <https://www.comidor.com/knowledge-base/business-process-management-kb/business-process-definition/> (дата обращения 03.12.2020). - Текст : электронный.

Классификация информационных систем предприятий [Электронный ресурс] // fosdoc.com - Электрон. дан. – URL: <https://fosdoc.com/ru/klassifikacija-informacionnyh-sistem> (дата обращения 04.12.2020). - Текст : электронный.

Национальный туристический рейтинг-2019 [Электронный ресурс] // Центр информационных коммуникаций «Рейтинг»: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: [\[rating.ru/info/17205.html\]\(http://rating.ru/info/17205.html\) \(дата обращения: 07.12.2020\)](http://russia-</p></div><div data-bbox=)

Стратегию развития туризма в Иркутской области до 2036 года разработают к осени [Электронный ресурс] // Сибирские новости: информ. портал. – Электрон. дан. - URL: <https://snews.ru/news/strategiyu-razvitiya-turizma-v-irkutskoy-oblasti-do-2036-goda-razrabotayut-k-oseni> (дата обращения: 08.12.2020). - Текст : электронный.

УПП и ERP: что выбрать? [Электронный ресурс] // ПервыйБит: справ.-информ. портал. - Электрон. дан. - URL: https://www.1cbit.kz/services/line_consult/faq/upp-i-erp-cto-vybrat/ (дата обращения: 06.12.2020).\, - Текст : электронный.

Opportunities for creation and development of industrial tourism enterprises in Irkutsk region

© Grosheva E., Chuprina A., Kim A., 2021

The article examines the current state of the tourism markets in the world, and also examines new trends, the appearance of which was caused by the coronavirus pandemic in the world. The article also analyzes the tourism market in the Irkutsk region, namely: how the coronavirus pandemic will affect domestic tourism, describes the current composition of the region's tourism market, describes the main major players in the industrial tourism segment, as well as their weaknesses that make it possible to enter this niche tourism to new players.

Keywords: industrial tourism, tourism trends, regional economy, Irkutsk region
