

УДК 911.375.4:338.45
DOI 10.17513/use.38321

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГО-ИНДУСТРИАЛЬНОГО ТУРИЗМА УРАЛЬСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЙОНА

Филиппова Е.В., Филиппов В.Н., Барахнина В.Б., Филиппова А.Г.

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», Уфа,
e-mail: npp-rsc@bk.ru

Целью исследовательской работы явилось изучение направлений продвижения проектов в сфере эколого-индустриального туризма Урало-Поволжья (на примере мероприятий Магнитогорского металлургического комбината). Для достижения поставленной цели был проведен сравнительный анализ направлений и методов продвижения услуг в сфере эколого-индустриального туризма изучаемого региона; проанализированы основные методы продвижения проектов Магнитогорского металлургического комбината средствами связей с общественностью и рекламы. Сравнительный анализ направлений продвижения мероприятий в сфере эколого-индустриального туризма позволил предложить проект «С заботой о будущем», разработать его основные траектории. Экологическая ответственность бизнеса представлена в нем наиболее выгодно с точки зрения продвижения бренда самого предприятия и Уральского экономического региона в целом. Проведенный авторами анализ основных инструментов продвижения проекта «С заботой о будущем» позволил определить основные направления рекламно-информационной и PR-деятельности на современном этапе: разработка и продвижение фирменного стиля проекта; позиционирование в средствах массовой информации и сети Интернет; организация и участие в специальных экологических мероприятиях. Для успешного продвижения изученного проекта рекомендованы: создание для потенциальных посетителей информационных материалов о проекте, его целях и преимуществах; проведение пресс-конференций и интервью с представителями проекта для распространения информации об эколого-индустриальном маршруте. В рамках проекта можно проводить такие специальные мероприятия, как мастер-проекты, кейсы и обучающие программы (позволяют туристам понять основы определенного производства и даже попробовать себя в роли специалиста по защите окружающей среды); интерактивные мастер-классы (посетители могут участвовать в мероприятиях по защите окружающей среды, что позволяет им глубже погрузиться в тему); создание сувениров из отходов производства своими руками (дает возможность туристам унести домой не только впечатления и воспоминания, но и физическое напоминание об экологическом мероприятии); экскурсии «за кулисы» (посетители могут увидеть те участки очистных сооружений, которые обычно закрыты для посторонних); фестивали, праздники, специальные дни, недели и месячники экологической направленности; научные форумы, съезды, конференции, симпозиумы, семинары на темы, связанные защитой окружающей среды; брендированные мероприятия.

Ключевые слова: эколого-индустриальный туризм, маркетинг, продвижение, средства продвижения, экономика, предприятие, имидж профессии

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL AND INDUSTRIAL TOURISM IN THE URAL ECONOMIC REGION

Filippova E.V., Filippov V.N., Barakhnina V.B., Filippova A.G.

Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, e-mail: npp-rsc@bk.ru

The purpose of the research work was to study the directions of promotion of projects in the field of ecological and industrial tourism of the Ural-Volga region (using the example of the Magnitogorsk Iron and Steel Works). To achieve this goal, a comparative analysis of the directions and methods of promoting services in the field of ecological and industrial tourism of the studied region was carried out; the main methods of promoting Magnitogorsk Iron and Steel Works projects by means of public relations and advertising were analyzed. A comparative analysis of the directions of promotion of events in the field of ecological and industrial tourism allowed us to propose a project “With care for the future”, to develop its main trajectories. The environmental responsibility of the business is presented in it most advantageously from the point of view of promoting the brand of the enterprise itself and the Ural economic region. The analysis of the main tools for promoting the project “With care for the future” carried out by the authors made it possible to determine the main directions of advertising, information and PR activities at the present stage: development and promotion of the corporate identity of the project; positioning in mass media and the Internet; organization and participation in special environmental events. For the successful progress of the project studied, it is recommended to create information materials about the project, its goals and benefits for potential visitors; hold press conferences and interviews with representatives of the project to disseminate information about the ecological and industrial route. Within the framework of the project, special events such as: master projects, cases and training programs (allow tourists to understand the basics of a certain production and even try themselves as an environmental protection specialist); interactive workshops (visitors can participate in environmental protection activities, which allows them to go deeper immerse yourself in the topic); creating souvenirs from industrial waste with your own hands (allows tourists to take home not only memories, but also a physical reminder of an environmental event); excursions “behind the scenes” (visitors can see those areas of treatment facilities that are usually closed to outsiders); festivals, holidays, special days weeks and months of environmental orientation; scientific forums, congresses, conferences, symposiums, seminars on topics related to environmental protection; branded eco-events.

Keywords: ecological and industrial tourism, marketing, promotion, means of promotion, economy, enterprise, image of the profession

Введение

В настоящее время экологическая ответственность бизнеса, экологические просветительские мероприятия и продвижение эколого-промышленного туризма в значительной степени коррелируют с экономическим, социальным и рекреационным статусом региона [1]. На современном этапе развития экономики успешное продвижение эколого-индустриального туризма России требует комплексного подхода и согласованных действий со стороны всех заинтересованных сторон [2, 3]. При правильно выбранных стратегиях и усилиях можно достичь заметных успехов в этой области [4]. Этот вид туризма предлагает потребителям возможность получить глубокие знания об экологии, промышленных процессах и технологиях в различных отраслях с точки зрения защиты окружающей среды [5]. Познавательные поездки стимулируют экономическую активность на местах, помогают развитию инфраструктуры и способствуют созданию новых рабочих мест [6]. Кроме того, эколого-индустриальный туризм поддерживает интерес населения к экологическим задачам, вовлекает в процесс функционирования промышленного производства и обеспечивает обмен знаниями и опытом между представителями различных отраслей экономики [7].

Цель исследования – изучение направлений продвижения проектов в сфере эколого-индустриального туризма средствами рекламы и связей с общественностью.

В соответствии с поставленной целью были сформулированы следующие задачи:

- изучить особенности продвижения услуг в сфере эколого-индустриального туризма;
 - проанализировать основные направления продвижения проектов Магнитогорского металлургического комбината (ММК) средствами связей с общественностью и рекламы.
- Эмпирической базой стал анализ материалов СМИ, интернет-ресурсов, социальных сетей, статистических материалов и экологических отчетов ММК.

Материалы и методы исследования

Объект исследования – проекты в сфере эколого-индустриального туризма ММК.

Предмет исследования – продвижение экологических маршрутов ММК средствами рекламы и PR.

В данной статье предпринята попытка анализа тенденций развития эколого-индустриального туризма Уральского экономического района. Был проведен сравнительный контент-анализ сайтов промышленных

предприятий исследуемого региона. В качестве примера была выбрана экологическая политика ММК.

Результаты исследования и их обсуждение

Стратегии эколого-индустриального туризма Урало-Поволжья направлены на повышение экологической ответственности населения, привлечение молодых специалистов на производства и повышение туристической привлекательности Урало-Поволжья.

Для успешного развития этого направления необходимо разрабатывать эффективные стратегии продвижения эколого-индустриального туризма. Рассмотрим их на примере проекта маршрута «С заботой о будущем», включающего посещение сероулавливающих установок и системы аспирации Аглофабрики № 5, а также новых газоочистных установок кислородно-конвертерного цеха (ККЦ) и электростале-плавильного цеха (ЭСПЦ) ММК. Проведенный авторами SWOT-анализ проекта представлен на рисунке.

В современной практике корпоративного управления одной из ключевых стратегий развития эколого-индустриального туризма является активное продвижение данного туристического продукта на рынке туристических услуг. Это включает в себя проведение масштабных рекламных кампаний, участие в туристических выставках и форумах, а также партнерство с туроператорами и туристическими агентствами. Другой важной стратегией развития эколого-индустриального туризма является развитие туристической инфраструктуры. Это включает в себя строительство и модернизацию гостиничного и ресторанного бизнеса, развитие транспортной и коммуникационной инфраструктуры, а также создание туристических маршрутов и экскурсий экологической направленности. Кроме того, важными элементами стратегии развития эколого-индустриального туризма являются обучение и подготовка кадров в сфере этого вида туризма, проведение культурно-просветительских мероприятий для туристов-экологов, а также сотрудничество с местными органами власти и бизнес-сообществом. К примеру, проект экологического туризма «С заботой о будущем» ММК представляет собой уникальную возможность познакомиться с историей ММК, увидеть своими глазами процессы производства чугуна и стали, ознакомиться с работой очистных сооружений ККЦ, ЭСПЦ и Аглофабрики № 5.

Преимущества	Недостатки
Экоориентированность, безопасность для посетителей; географическая привлекательность; наличие инфра-структуры и ее уровень развития; экономически важные традиции предприятия; наличие музея; поддержка экологической политики предприятия государством; привлечение новых кадров	Недостаток рекламных материалов о туристическом продукте; слабый имидж; низкий охват аудитории в социальных сетях; слабая популярность эколого-индустриального туризма
Возможности	Угрозы
Открытие новых экскурсионных маршрутов; увеличение охвата аудитории в социальных сетях; использование новых технологий (внедрение инноваций); увеличение сотрудничества (ко-брендинг); с туристическими агентствами; привлечение молодежи	Высокая конкуренция со стороны других видов туризма; снижение платежеспособности населения; экономический спад; изменение потребностей аудитории; медленный рост рынка туризма; новые игроки на рынке эколого-индустриального туризма;

SWOT-анализ проекта «С заботой о будущем»

Этот проект основан на идее объединения образования, промышленности, экологии и туризма, что позволяет посетителям не только увидеть собственными глазами работу металлургического комбината, но и узнать подробнее об экологической ответственности предприятия.

Основные цели эколого-индустриального проекта:

- привлечение простых туристов и жителей города к изучению истории и значимости ММК;
- позиционирование экологической ответственности сталеплавильного предприятия;
- демонстрация бесперебойной работы очистных сооружений ККЦ, ЭСПЦ и Аглофабрики № 5;
- пропаганда заботы о сохранении окружающей среды для Урало-Поволжья и страны в целом.

Не менее важной задачей проекта является профорIENTATION молодежи и развитие кадрового потенциала.

При этом важно подчеркнуть, что специальные мероприятия могут быть интегрированы в отдельные маршруты. Так, в рамках проекта «С заботой о будущем» реализуются экологические мероприятия и активности, направленные на формирование лояльности посетителей к ММК. Можно активнее использовать этот факт для формирования такого канала, как «сарафанное радио»: туристы активно делятся эмоциями с друзьями устно и в своих аккаунтах в соцсетях. В результате проект «С заботой о будущем» способствует улуч-

шению экологической репутации предприятия, привлечению внимания общественности к социально значимой деятельности комбината, а также созданию позитивного экологического имиджа в глазах общественности. Проект ко всему прочему является ярким примером эффективного использования рекламно-информационной деятельности и связей с общественностью, которые играют здесь ключевую роль. Они позволяют донести информацию о проекте до широкой аудитории, заинтересовать потенциальных посетителей и сформировать у них положительное отношение к деятельности предприятия в сфере защиты окружающей среды.

В результате проведенного исследования выявлено, что практикуемое ММК активное продвижение эколого-индустриального туризма на рынке туристических услуг проходит с недостаточным вовлечением широких масс населения. Проведенный авторами анализ основных инструментов продвижения изучаемого проекта позволил определить основные направления рекламно-информационной и PR-деятельности ММК на современном этапе:

- разработка и продвижение фирменного стиля проекта;
- позиционирование и продвижение в СМИ и сети Интернет;
- организация и участие в специальных мероприятиях.

Разработка фирменного стиля является ответственным процессом, который требует внимания к деталям и понимания целей компании. Однако вложенные усилия всег-

да окупаются, ведь фирменный стиль способен сделать бренд узнаваемым и успешным на рынке.

Одним из каналов продвижения туристических маршрутов являются туристические агентства. Ко-брендинг промышленного предприятия с туристическим агентствами представляет собой стратегическое партнерство, направленное на взаимное усиление брендов и расширение аудитории. Преимущества такого партнерства для проекта экологического туризма ММК могут включать повышение узнаваемости бренда «С заботой о будущем» среди широкой аудитории туристов; возможность привлечения в рамках партнерства новых эко-ориентированных посетителей ММК; расширение спектра предлагаемых туристических услуг и продуктов (новые маршруты по ММК); создание положительного имиджа кампании как открытой инновационной площадки; популяризация существующего маршрута и привлечение новых посетителей.

Для оценки существующих и предложения новых направлений продвижения были изучены каналы коммуникации, которыми пользуется ММК. Для успешного продвижения проекта «С заботой о будущем» ММК через средства массовой информации, необходимо развивать следующие направления продвижения: создание информационных материалов о проекте, его целях и преимуществах для потенциальных посетителей; проведение пресс-конференций и интервью с представителями проекта для распространения информации о маршруте; размещение рекламной информации на экофорумах для презентации магнитогорского маршрута; работа с социальными сетями для распространения информации о проекте и привлечения целевой аудитории; организация промоакций и конкурсов для привлечения внимания к проекту и стимулирования посещаемости; сотрудничество с туроператорами и партнерами для расширения сети продаж.

Для этого необходимо предусмотреть: сотрудничество с туристическими агентствами Магнитогорска и с хоккейным клубом «Металлург» (ко-брендинг); интерактивность (опросы, конкурсы и т.д.); взаимодействие с сайтами и социальными сетями туристических агентств и городских информационных ресурсов ближайших регионов (Республика Башкортостан, Челябинская, Курганская, Оренбургская и др. области).

Нужно отметить, что официальный сайт является одним из важнейших инструмен-

тов продвижения организации, в данном случае проекта по эколого-индустриальному туризму «С заботой о будущем» ММК. Сайт проекта имеет отличный дизайн и функциональность. Были предложены некоторые рекомендации по его улучшению для привлечения посетителей. Так, для увеличения числа информационных поводов для СМИ и социальных сетей важно активно использовать такой инструмент связей с общественностью, как специальные мероприятия. В рамках проекта «С заботой о будущем» по эколого-индустриальному туризму ММК можно проводить такие специальные мероприятия, как:

1) мастер-проекты, кейсы и обучающие программы (позволяют туристам понять основы определенного производства и даже попробовать себя в роли специалиста по защите окружающей среды);

2) интерактивные мастер-классы (посетители могут участвовать в мероприятиях по защите окружающей среды, что позволяет им глубже погрузиться в тему);

3) создание сувениров из отходов производства своими руками – дает возможность туристам унести домой не только воспоминания, но и физическое напоминание об экологическом мероприятии;

4) экскурсии «за кулисы» (посетители могут увидеть те участки очистных сооружений, которые обычно закрыты для посторонних);

5) фестивали, праздники, специальные дни, недели и месячники экологической направленности;

6) научные форумы, съезды, конференции, симпозиумы, семинары на темы, связанные с защитой окружающей среды;

7) брендированные мероприятия, которые будут связаны с проектом «С заботой о будущем» и будут способствовать укреплению экологического имиджа ММК.

Специальные мероприятия способствуют не только развлечению и обучению туристов, но и укреплению бренда предприятий, демонстрируя их открытость и вовлеченность в процесс защиты окружающей среды.

Заключение

Активное продвижение эколого-индустриального туризма на рынке туристических услуг включает в себя проведение масштабных рекламных кампаний, участие в туристических выставках и форумах, а также партнерство с туроператорами, туристическими агентствами и даже спортивными клубами (например, приглашение

игроков хоккейного клуба «Металлург» на экологическую экскурсию по ММК). Другой важной рекомендацией для развития эколого-промышленного туризма является развитие туристической инфраструктуры – строительство, модернизация и экологизация гостиничного и ресторанного бизнеса, развитие транспортной и коммуникационной инфраструктуры, а также создание экологических маршрутов и экскурсий. Кроме того, важными элементами стратегии развития экологического туризма являются обучение и подготовка кадров в этой сфере, проведение эколого-просветительских мероприятий для туристов, а также сотрудничество с местными органами власти и бизнес-сообществом. Проведенный авторами анализ основных инструментов продвижения проекта позволил определить основные направления рекламно-информационной и PR-деятельности на современном этапе: разработка и продвижение фирменного стиля проекта; позиционирование и продвижение в СМИ и сети Интернет; организация и участие в специальных мероприятиях.

Для успешного продвижения проекта «С заботой о будущем» через средства массовой информации, ММК необходимо следовать нескольким рекомендациям:

- инициация конкурсов детского рисунка по экологической тематике с привлечением стратегических партнеров и спонсоров;
- создание информационных материалов о проекте, его целях и преимуществах для потенциальных посетителей;
- проведение пресс-конференций и интервью с представителями проекта для распространения информации об эколого-индустриальном маршруте (например, в рамках форума «Экосистема»);
- размещение рекламных и информационных материалов в местных газетах;
- организация экологических туров для представителей СМИ для привлечения внимания к проекту (например, «Экоблогер»);
- участие в экологических антиконференциях для актуализации индивидуальных треков магнитогорского маршрута (например, участие в проектах Ассоциации содействия экономике замкнутого цикла «Ресурс»);
- работа с социальными сетями для распространения информации о проекте и привлечения целевой аудитории;
- организация промоакций и конкурсов для привлечения внимания к проекту и стимулирования его посещаемости;
- сотрудничество с туроператорами, российскими экологическими операторами

и партнерами для расширения сети продаж и продвижения экологического маршрута;

- участие в российских грантовых конкурсах с участием детей работников предприятия и эковолонтеров;

- создание экомультфильмов, анимационных роликов и вебинаров о ММК для детей и подростков с использованием визуального и аудиоматериала изучаемого предприятия;

Сюжетами экологических фильмов могут быть:

- экологическое мероприятие на ММК (субботник, выставка, посадка деревьев и т.д.);

- концепция создания «зеленого» производства;

- репортаж о новейшем решении по очистке промышленных стоков на ММК;

- интервью с работниками очистных сооружений предприятия;

- репортаж о владельцах (сотрудниках) ММК в ракурсе развития «зеленого» производства»;

- репортаж об исследовательской работе студентов вузов и ссузов по вопросам устойчивого развития и «зеленого» производства».

Применение активного продвижения эколого-индустриального туризма ММК на рынке туристических услуг приведет к проведению масштабных рекламных компаний, успешному участию в туристических выставках и форумах, развитию взаимовыгодного партнерства с туроператорами.

Список литературы

1. Барахнина В.Б., Гайсина Л.М., Габдулхакова Р.В. Промышленный туризм в системе маркетинга имиджа Республики Башкортостан // Экономика и управление: научно-практический журнал. Уфа: Изд-во БашГУ, 2022. С. 92–97.
2. Барахнина В.Б., Габдулхакова Р.В., Габбасов Т.И. Роль сайта вуза в привлечении профессионально ориентированных абитуриентов // Учебный процесс в вузе в современных условиях. Перспективы внедрения инновационных технологий в учебный процесс: материалы II научно-методической конференции. Уфа: Изд-во УГНТУ, 2013. С. 53–55.
3. Бочарников В.Н., Новоселова А.А. Рекомендации по развитию экологического туризма в Приморском крае на основе принципов устойчивого развития и экологического туризма // География и туризм. 2023. № 2 (12). С. 63–70.
4. Bitter N.V., Yessim A., Yessimova D.D., Zhanatkyzy S., Akhtamberov A.N. Ecological tourism in the republic of Kazakhstan: current state and prospects of development // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. 2023. № 15. С. 52–56.
5. Pazykhayr B.M., Assipova Zh.M., Aktymbayeva A.S. Research in eco-tourism in Kazakhstan as a successful mechanism in the development of environmental tourism management // Central Asian Economic Review. 2023. № 1 (148). С. 83–97.
6. Tleuberdinova A.T., Kulik X.V., Kiss F. Eco-tourism and socio-economic development of Rural areas // Problems of AgriMarket. 2023. № 3. С. 52–59.
7. Vishnevskaya E.V., Semchenko I.V. The main aspects of involving the population of the region in ecological tourism (the case of Belgorod region) // Services in Russia and Abroad. 2023. Т. 17, № 1 (103). С. 92–101.