

УДК 338.48

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕГО ТУРИЗМА КАК ИННОВАЦИОННОЙ ФОРМЫ ГЕОТУРИЗМА В СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ РАЙОНАХ

Рожицкий П.¹, Дриглас Д.¹, Домарака Л.², Ковалевский С.А.³

¹Горно-металлургическая академия им. Станислава Сташица в Кракове, Польша

²Технический университет в Кошице, Словакия

³Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева

Аннотация.

Развитие туризма в старопромышленных районах зачастую носит хаотичный, несогласованный, фрагментарный характер и не имеет стратегической направленности для экономики региона. Это основная причина нестабильности развития деловой среды старопромышленных туристических кластеров. Отсутствие стратегии, нескоординированные маркетинговые усилия, а также низкое качество услуг негативно влияет на состояние туризма в старопромышленных кластерах. Горнодобывающий туризм – одна из инновационных форм туризма, которая в последние годы стала возможностью для развития старопромышленных регионов или дополнением туристического предложения в регионах с диверсифицированной экономикой. В статье рассмотрены различные аспекты горнопромышленного туризма в разных регионах мира, показано восприятие туристами посещения шахт и других горно-геологических объектов. Представлены факторы конкурентоспособности горнопромышленного туризма, определенные в соответствии с моделью «бриллианта» национальной конкурентоспособности М. Портера. Основные выводы имеют важное значение для местных органов власти и частных предприятий, занимающихся маркетингом в сфере туризма с целью разработки и управления туристическим продуктом, отвечающим потребностям их клиентов. Рассмотрены факторы развития горнодобывающего туризма и представлена схема их взаимодействия.

Информация о статье

Принята 05 ноября 2020 г.

Ключевые слова: туристический кластер, горнодобывающий туризм, промышленный туризм, формы туризма, факторы развития туризма.

DOI: 10.26730/2587-5574-2020-4-53-65

COMPETITIVENESS OF MINING TOURISM AS AN INNOVATIVE FORM OF GEOTOURISM IN OLD INDUSTRIAL REGIONS

Pawel Rozycki¹, Diana Dryglas¹, Lucia Domaracka², Sergey Kovalevsky³

¹AGH University of Science and Technology, Poland

²Technical University of Kosice, Slovakia

³T.F. Gorbachev Kuzbass State Technical University

Article info

Received December 05, 2020

Keywords:

tourist cluster, mining tourism, industrial tourism, forms of tourism, factors of tourism development.

Abstract.

The development of tourism in old industrial areas is often chaotic, inconsistent, fragmented, and does not have a strategic focus for the region's economy. This is the main reason for the instability in the development of the business environment of the old industrial tourism clusters. Lack of strategy, uncoordinated marketing efforts, as well as poor quality of services negatively affects the state of tourism in old industrial clusters. Mining tourism is one of the innovative forms of tourism, which in recent years has become an opportunity for the development of old industrial regions or a supplement to the tourist offer in regions with a diversified economy. The article discusses various aspects of mining tourism in different regions of the world, shows the perception of tourists visiting mines and other mining and geological objects. The factors of the competitiveness of mining tourism, determined in accordance with the model of the "diamond" of the national competitiveness of M. Porter, are presented. The main findings are important for local governments and private tourism marketing businesses to develop and manage a tourism product

that meets the needs of their clients. The factors of development of mining tourism are considered and the scheme of their interaction is presented.

1 Introduction / Введение

Старые шахты, карьерные поля, горно-обогатительные комбинаты в разных уголках мира все чаще становятся достопримечательностью. Причин тому несколько, среди них отмечается желание прибыльно управлять закрытыми, неактивными объектами [1-2]. Также важной причиной музеефикации – превращения в объекты посещения туристами, имеющими определенный исторический и этнографический смысл – старых шахт является возможность найма безработных образованных людей, живущих в шахтерских городах, с использованием их знаний в горнодобывающей промышленности. Наконец, в эпоху динамичного развития туризма нельзя не отметить поиск новых достопримечательностей туристами, постоянно жаждущими новых ощущений. Поклонники этнографии и те, кто любит много путешествовать, охотно отправляются в новые туристические направления и посещают необычные, изысканные достопримечательности. Следует подчеркнуть, что в последние несколько лет в странах Европейского Союза наблюдается быстрое развитие новых туристических продуктов и достопримечательностей в прежде незамеченных заброшенных шахтах и рудниках [3-4].

Среди такого обилия туристических инноваций важное место занимают шахты, доступные для туризма. Во-первых, это объекты, расположенные под землей; с другой стороны, это объекты, имеющие свои уникальные особенности. Уникальность их заключается еще и в том, что в мировом масштабе они относительно немногочисленны и расположены в разных частях стран и континентов. Добыча редких полезных ископаемых, производившаяся ранее, может образовать дополнительный туристический актив. Примером может служить ртутный рудник, открытый для общественности в городе Идрия в Словении [5]. Добыча полезных ископаемых всегда привлекала внимание и была окутана тайной, особенно для людей, не связанных с горнодобывающей промышленностью. Можно даже заключить, что в ней было и есть что-то особенное, почти священное. Поэтому старые шахты – важная часть туристического предложения в европейских странах [6]. Зачастую туристы видят в них не только объекты, характерные для горнодобывающей промышленности и промышленности, но и паломнические, культурные и другие ценности.

2 The issue of terminology of tourism / Вопросы терминологии туризма

На латыни слово «*tourus*» означает вращение, круговое и относится к смене места пребывания. В сегодняшнем значении оно происходит от французского слова «*tour*», позже принятого в других языках. Это слово означает бесконечное путешествие к исходной точке. Его использовали в конце семнадцатого века. Поездки молодых англичан на европейский континент, сначала во Францию, были определены как грандиозное турне. Термин «Гранд Тур» был впервые использован в 1670 г. Ричардом Ласселсом. Раньше передвижения с разными целями назывались путешествиями или паломничеством. Такие термины следует использовать в контексте исторической перспективы туризма. Попытки дать определение туризму появились в конце девятнадцатого века. Первое определение туризма было найдено во Французской энциклопедии; его автором был Эмиль Литтре. По его словам, «...туризм – это путешествие, совершаемое ради любопытства и чтобы скоротать время» [7].

Туризм, зародившийся во второй половине девятнадцатого века, имел исключительный характер, и его практиковало относительно немного людей. Обычно это были обеспеченные люди, у которых было много свободного времени, или любопытные исследователи, ученые, писатели и странники, ищущие новых ощущений [7]. В настоящее время в отношении очень многих определений туризма кажется, что наиболее адекватный феномен относится к субъективным ощущениям. Таким образом, туризм можно рассматривать как все поездки за пределы места проживания, которые классифицируются как туристическая деятельность [8]. Понимание истоков туризма позволяет лучше понять изменения в менталитете туристов и в окружающем мире, вызванные глобализацией и насыщением рынка туристических услуг. Если в 17-19 вв. туризм был тесно связан с Гранд-туром (посещением континентальной Европы англичанами и наоборот), то со временем стали преобладать летние туры для отдыха. Они отличались тем, что их целью было не просто развлечение, но и времяпрепровождение у воды и на солнце [9].

Горнодобывающий туризм – это достаточно обособленная форма туризма, которая не ставит перед участниками особых проблем с выбором направления. Немецкий социолог Кристоф Хеннинг перечислил «теории туризма» [10], которые также можно перенести на посещение объектов подземного мира, в частности, на открытие для туристов старых шахт. Основываясь на этом, можно представить теоретические основы горнодобывающего туризма следующим образом:

1. Теория побега. Старые шахты – идеальное место, где можно уйти от повседневных проблем; они дают возможность изменить окружающую среду и образ жизни.

2. Теория отдыха – некоторые туристы именно в таких необычных условиях могут прекрасно расслабиться, восстановить физические и душевные силы, улучшить здоровье и физическую форму.

3. Теория инстинктов – в шахтах есть уникальное место, где можно реально разгрузить первобытные побуждения, такие как побуждение к открытию новых земель или познанию.

4. Конформистская теория, объясняющая туристическую активность в старых рудниках имитацией популярных моделей поведения, уважение к современной моде или потреблением ради статуса.

5. Теория параллельной связи между туристом и паломником. Туристические направления, в том числе старые шахты, открытые для публики, можно сравнить с культовыми местами, посещение которых является обязанностью туриста. В этом проявляется сакральный характер самой шахты.

6. Теория воображаемых миров, указывающая на реальное восприятие мира туристами. Туристы могут проверить стереотипы и неправильные представления о работе в шахтах, конкретные аспекты труда и безопасности.

Анализ горнодобывающего туризма по теории К. Хеннинга позволяет точно определить возможный интерес туристов и очертить теоретически и практические потребности, возникающие при посещении исторических подземных объектов.

Современные формы туризма в регионах Италии, Греции, Франции, Португалии, в которых в предыдущие века активно велась добыча полезных ископаемых, включают лечебные туры, культурные экскурсии, развлечения и шоппинг, а также отдых, называемый «3S – солнце (Sun), море (Sea), песок (Sand)», гастрономический и многие другие формы туризма, зачастую пересекающиеся в одних и тех же кластерах [11]. Деловой туризм также занимает важное место в европейских кластерах горнодобывающего туризма, особенно в одной из его форм – конгрессном и конференц-туризме (организация конференций под землей может повысить привлекательность встреч) [12].

Таким образом, турист, осматривающий достопримечательности и наслаждающийся местными культурными событиями и артефактами, одновременно является участником многих видов туризма в старопромышленном районе. Анализ имеющейся литературы, собственные исследования и наблюдения позволили выделить нижеследующие виды туризма, адаптация которых под нужды и специфику старопромышленных районов с прежде активной добычей полезных ископаемых способна значительно диверсифицировать их экономику.

Промышленный туризм состоит из посещений различных отраслевых промышленных объектов, как правило, закрытых достаточно давно либо специально оборудованных для принятия большого количества посетителей. Такими объектами могут быть шахты, сталелитейные заводы, сахарные заводы, мукомольные, пивоваренные и другие. Интерес туристов вызывают как традиции и история производства, так и новые технологии. Этот вид туризма также способствует развитию профессий, находящихся под угрозой исчезновения, например, в производстве бумаги, ручного изготовления стекла или посуды, выпечки хлеба. Промышленные достопримечательности могут стать важным туристическим продуктом, представляющим наследие региона и составлять уникальные культурно-исторические комплексы [6]. Разновидности промышленного туризма включают в себя:

- современный промышленный туризм, который включает туристическую деятельность на действующих промышленных объектах с целью изучения актуальных производственных технологий,

- туризм на бывших индустриальных объектах, который включает туристическую деятельность на участках, где производство закончено, но все еще есть его осязаемые следы, например, заводские здания,

- индустриально-исторический туризм, который включает туристическую деятельность в тех местах, где наследие является главной достопримечательностью, а изучение этого наследия является основной мотивацией для туриста.

Некоторые из туристических и развлекательных маршрутов становятся главными достопримечательностями в тех регионах, где они были созданы на основе существующих действующих или хорошо сохранившихся промышленных активов. В некоторых регионах США, стран Европейского Союза, Чили, Австралии, Аргентины все большее значение приобретают железнодорожные маршруты. Зброшенные железнодорожные пути в прошлом имели стратегическое, промышленное значение. Например, они использовались для перевозки шахтеров на рудник (Куранда, Австралия) или перевозили пассажиров через континенты в Европе, Северной Америке, Китае и других частях мира. Железнодорожные маршруты предлагают возможность изучить промышленное наследие региона и открыть для себя его культурные, природные и другие ценности. Они предоставляют возможности для трудоустройства местных жителей и привлекают новые сегменты туристов [13].

Промышленный туризм, как и туризм в целом, представляет собой социальное, психологическое и экономическое явление. Очень часто в европейских странах бывшие шахтеры являются экскурсоводами на закрытых шахтах. В публикациях появляются новые концепции промышленного туризма, который понимается как «форма туризма, цель которой – увидеть места, где в прошлом развивалась промышленность, где есть объекты и оборудование, связанные с развитием технологий; посетить музеи технологий и промышленности, которые образуют наследие данного региона, а также посетить действующие промышленные объекты» [14]. Естественно, в других публикациях можно найти много других, похожих определений промышленного туризма [15]. Некоторые авторы идентифицируют промышленный туризм как часть исторического туризма, поскольку промышленное наследие является частью экономической традиции, истории и демографии данного региона.

Горнодобывающий туризм считается частью промышленного туризма [16]. Однако, по мнению некоторых авторов [17], вопрос о том, является ли горнодобывающий туризм частью промышленного туризма, является весьма спорным, поскольку во многих случаях он не соответствует устоявшемуся определению промышленного туризма, предлагаемому в европейской литературе [18-21]. По их мнению, горнодобывающий туризм – это любая форма туристической деятельности на промышленных и технологических объектах, связанных с ведением горных работ, равно как и с местом проживания шахтеров, их особой культурой. Закрытие горных предприятий после окончания эксплуатации создает возможность для развития горнодобывающего туризма. Таким образом, существует очевидное взаимодействие между горнодобывающей промышленностью и туризмом. На качество этих ассоциаций сильно влияет осведомленность властей и местных органов власти о потенциальных промышленных и постиндустриальных зонах.

Так, горный хребет Куюна Железнодорожный (Cuuyuna Iron Mining) в центральной Миннесоте (США) является прекрасным примером. Этот регион расположен в юго-западной части железорудного хребта, недалеко от Вермиллиона (Vermillion) и Месаби (Mesabi). Это был один из важнейших центров производства стали во время двух мировых войн. Однако после внезапного коллапса горнодобывающей промышленности в регионе в конце 1960-х годов инфраструктура начала приходить в упадок. Помимо горных сооружений, в этом районе имеются живописные озера, благодаря чему культурное и промышленное наследие заброшенных промышленных объектов постепенно начало возвращаться к жизни [19]. Подобные случаи можно наблюдать и в других регионах мира, включая Европу. Например, ранне-индустриальные зоны в Домбровой Горнице (Dąbrowa Górnicza) в Польше были преобразованы в комплекс рекреационных объектов с озерами, так называемые «Мазурские озера Силезии» [17].

Что касается упомянутого выше американского примера, то железный хребет Куюна развивается как место культурного туризма, опираясь на горнодобывающее наследие [22].

В разных, даже отдаленных районах Австралии, помимо добычи полезных ископаемых, туризм рассматривается как потенциальный источник дохода. Куранда (Kuranda) возле Кэрнса (Cairns) – еще один показательный пример. Местные сообщества нуждаются в постоянной поддержке в продвижении и создании туристических достопримечательностей, вдохновленных горнодобывающим наследием. Все это будет способствовать развитию местных туристических

компаний [23]. Вместе с тем недавний бум добычи полезных ископаемых в Австралии отрицательно сказался на многих других отраслях, не связанных с горными работами, включая туризм [24].

В Португалии старый центр добычи урановой руды был включен в геопарк *Натуртейо Месета* (*Naturtejo Meseta*), входящий в Глобальную сеть геопарков под эгидой ЮНЕСКО, и имеет значительный геотуристический потенциал. Отмечается необходимость провести точную инвентаризацию ресурсов после добычи, чтобы спланировать и разработать лучший туристический продукт, который привлечет туристов в данный регион, включающий особые условия размещения, питания и дополнительные удобства [25].

Культурный туризм. Его суть состоит в поездках на культурные мероприятия – народные праздники, концерты, фестивали. Спектр этих мероприятий достаточно широк и может привлечь поклонников практически любых культурных событий [26]. Примеры поездок, классифицируемых как культурный туризм, – это поездки в театр, оперу, просмотр временных выставок в галереях и музеях. Однако это достаточно узкое понимание культурного туризма. В широком смысле культурный туризм относится к более широкой материальной и духовной культуре, создаваемой веками и объединяющей контент, связанный с культурным наследием и современной культурой [27]. Одно наиболее важных определений культурного туризма, предложенное Всемирной туристской организацией Организации Объединенных Наций – ЮНВТО (UNWTO), – гласит: «Культурный туризм входит в естественную историю, человеческое наследие, искусство, философию и институты (культурные) другого региона или страны» [28]. В этом широком смысле культурный туризм можно разделить на следующие формы туризма: туристические мероприятия (фестивали, фестивали, парады), литературные и кинематографические, исторические и военные, кулинарные, религиозные и другие. Мы можем выделить и другие разновидности: театральные мероприятия, киномероприятия, фотовыставки, карнавалы, праздники, фестивали и ярмарки, государственные церемонии, литературные события, выставки, концерты, турниры, празднование дней туризма в городах. Следует отметить, что объекты горной промышленности, не эксплуатируемые длительное время, в силу определенной экзотичности могут представлять интерес в качестве площадки организации рок-концертов, фестивалей артхаусного кино, разнообразных выставок и турниров.

Активный туризм. В ранней научной литературе приключенческий туризм – довольно распространенное понятие, которое было заменено более современным термином на активный туризм. Это форма туризма, которая требует специальной подготовки, навыков, использования специального оборудования и опыта [29]. В западной литературе к активному туризму относятся десятки различных форм. Диапазон интересов туристов и возможность активно проводить свободное время обуславливают включение в него различных форм физической активности: пешие прогулки и скалолазание, водные занятия (кайакинг и каноэ, моторная лодка, парусный спорт и подводное плавание), катание на лыжах, езда на велосипеде, караванинг, охота, рыбалка, верховая езда и другие. Наиболее близким к горнопромышленному туризму видом активного туризма является треккинг. *Треккинг* – это вид активного туризма, практикуемый в сложных условиях местности и климатических условий. Существуют и другие термины для треккинга, часто связанные с горнодобывающим туризмом. Можно выделить несколько форм треккинга. Самый популярный вид – это классический треккинг или альпинизм. Проще говоря, его можно определить, как промежуточную форму между альпинизмом и пешим туризмом. Другие его формы – пустынный, тропический, ледниковый, полярный, речной, болотный и вулканический треккинг. При этом треккинг в пустыне неуклонно растет в нескольких регионах мира из-за постмодернистского увлечения удаленностью, бесплодием, тишиной и уединением [30].

Геотуризм – это вид экскурсионного туризма, включающий в себя знакомство с геологическими достопримечательностями и активное участие в «открытии» интересных природных зон, горных пород, минералов, местности и ландшафта [31]. Данный вид туризма весьма соответствует специфике старых горнодобывающих предприятий. Геотуризм требует от его приверженцев навыков ориентирования в сложной местности, а также использования оборудования, которое в некоторых случаях используется геологами [32]. Особые места, где можно насладиться геотуризмом, созданы по инициативе геопарков ЮНЕСКО. Наряду с горнодобывающим туризмом в старопромышленных регионах Европы также часто практикуется подземный геотуризм, основанный на геологических ценностях – пещерах, кавернах, природных галереях. Кроме того,

в них важное место занимает религиозный и паломнический туризм [33].

Лечебный туризм. Эта форма туризма означает оставление места жительства для курортного лечения в местах с научно доказанными терапевтическими условиями, основанными на ископаемых водах, грязях и пр., а также связанных с морем или климатом как природными лечебными ресурсами для улучшения и поддержания здоровья под медицинским контролем [34]. Лечебный туризм представлен благоустроенными местами, имеющими статус спа-курорта, местами с природными лечебными ресурсами, а также лечебными климатическими свойствами. Однако горнодобывающий туризм может иметь связь и с лечебным туризмом. Так, соляной туризм включает в себя туры на соляные поля, участие в процессе производства соли и покупку продуктов, связанных с солью [35].

Деловой туризм (MICE) – встречи, конференции, конгрессы, потребительские мероприятия, поощрительные мероприятия, тимбилдинг, встречи делегаций компаний и пр. – считается одним из самых прибыльных видов туризма. Его отличает высокий стандарт и качество услуг. Туристам обычно нравятся отели высочайшего стандарта, где трудоустроены высококвалифицированные специалисты в области туристических услуг; здесь есть современные коммуникационные и презентационные системы, и все условия как для работы, так и для отдыха. В отличие от других видов туризма, деловой туризм представляет собой систему продвижения и рекламы. Обычно это основано на личных отношениях поставщиков сетевых услуг с компаниями. Вместе с тем определения туристического путешествия обычно исключают коммерческий бизнес, поэтому в обычном понимании поездки деловых людей не относится к туризму. Однако, учитывая меняющиеся стандарты потребления услуг и использования типичной туристической инфраструктуры, мы можем назвать поездки деловых людей в широком смысле слова туристическими поездками [12]. Обращает на себя внимание концентрация делового туризма. В течение многих лет в мире наблюдалась тенденция к организации конференций в крупных городах, которые являются политическими центрами, но сегодня многие важные корпоративные мероприятия проводятся в исторических и туристических городах, так что тематика помогает участникам с пользой проводить свободное время. Связь делового и горнодобывающего туризма заключается в проведении небольших конференций – они проходят в исторических шахтах, вдали от больших городов [12].

Религиозный и паломнический туризм. В повседневной жизни широко используются взаимозаменяемые термины: религиозный туризм и паломничество. Однако, по мнению ряда авторов [36-37], религиозный туризм следует отличать от паломничества. Паломничество, вне сомнений, включает в себя посещение святых мест, связанных с религией [38]. Паломнический туризм – это путешествие, основная цель которого – молитва, созерцание, личные религиозные размышления. Паломники посещают святыни, места, связанные с пребыванием, местом рождения или смерти святых, ходят в места, где проводятся важные религиозные мероприятия, такие как встречи с Папой. Также целью паломничества являются святые горы, такие как гора Синай, святые реки и места, такие как пещеры, источники.

Однако у людей, путешествующих в эти места, может быть другая мотивация. Под религиозным туризмом можно понимать природу религиозного познания, включающего желание увидеть культурное наследие религии, узнать об истории, архитектуре, лицезреть произведения искусства, вдохновленные религиозностью. При этом происходит превращение религиозных достопримечательностей в туристические. Однако существует опасность того, что туристический аспект путешествия к святым местам помешает духовному измерению священной встречи. Поэтому выделяют третий способ путешествовать по святым местам, который можно назвать культурным туризмом, поскольку святые места привлекают людей и без религиозных предубеждений, а иногда даже желающих познакомиться с другими, чуждыми им религиями, рассматривая их как просто культурное пространство, а не царство духа. При этом соединение горнопромышленных и религиозных объектов в одном туристическом маршруте усиливает его уникальность.

Развлекательный туризм включает, как правило, поездки в парки и развлекательные центры, создаваемые в больших городах или между городами, а также путешествия к центрам престижных видов спорта (гольф, теннис) или водным аттракционам. Таким образом, туристы получают пользу от всесторонне оборудованных полей для гольфа и аквапарков, баз отдыха. Ярким явлением последних нескольких лет является отдых в мегамоллах крупнейших мировых торговых сетей, расположенных в мегаполисах. Многие люди, помимо обычных покупок, считают, что пребывание здесь – это увлекательный способ проведения досуга. Вот уже несколько лет

очень популярной формой досуга в больших городах являются клубы, вытеснившие традиционные дискотеки и привлекающие обычно более молодую часть населения. Завсегдатаи клубов, как правило, – жители крупных городов, студенты и туристы. Использование «готических» сооружений горнодобывающих предприятий – труб, остовов старых карьерных экскаваторов, подъемных машин, дробилок и пр., в сочетании с современной иллюминацией создает неповторимый антураж для привлечения молодежи на клубные вечеринки под открытым небом.

Таким образом, рассмотренные выше виды современного туризма вполне могут сочетаться с горнопромышленным туризмом, который также выступает самостоятельным видом.

3 Methodology / Методология

Для оценки факторов развития горнопромышленного туризма в старопромышленном регионе целесообразно использовать модель «бриллианта» национальной конкурентоспособности М. Портера [39]. Совокупность данных факторов, включая факторы местоположения, актуальных для развития горнопромышленного туризма, представлена в Таб. 1.

В данной статье «Бриллиант» конкурентоспособности М. Портера разделен на четыре основных и два вспомогательных элемента и дополнен другими факторами, влияющими на основные элементы, а также геотуристическими факторами, специфичными для старопромышленного региона [9].

«Бриллиант» конкурентоспособности геотуризма и горнопромышленного туризма как его разновидности с причинно-следственными связями отражен на Рис. 1.

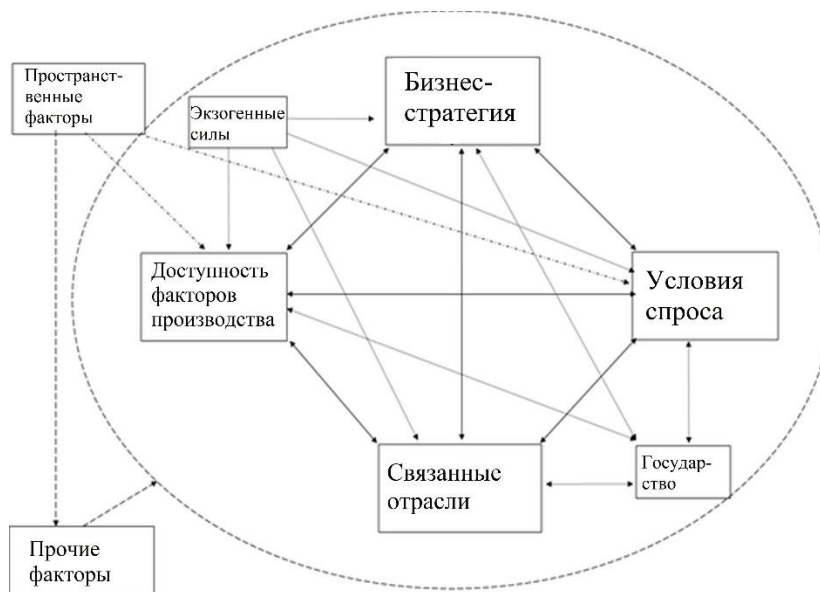


Рис. 4. Взаимодействие факторов конкурентоспособности горнопромышленного туризма.

4 Results and Discussion / Результаты и обсуждение

Ключевые факторы конкурентоспособности геотуризма и горнопромышленного туризма в соответствии с концепцией «бриллианта» конкурентоспособности М. Портера могут быть представлены в следующем виде:

1. Человеческие ресурсы – высоко- и низкоквалифицированная рабочая сила – должны быть достаточными для развития туризма в регионе с высокой рекреационной ценностью. Эта достаточность рабочей силы выступает важнейшим преимуществом по сравнению с регионами с более высокой плотностью населения.

Таблица 1. Факторы конкурентоспособности горнопромышленного туризма в старопромышленном регионе.

Группировка факторов	Наименование факторов	Состав факторов
Доступность факторов производства	Отраслевые и секторальные факторы	<ul style="list-style-type: none"> • Стоимость и наличие материальных ресурсов. • Знания, ноу-хау и технологии. • Капитальные ресурсы. • Инфраструктура. • Природные ресурсы. • Низкоквалифицированная рабочая сила. • Высококвалифицированная рабочая сила.
Условия спроса	Внутренний спрос Зарубежный спрос	<ul style="list-style-type: none"> • Модель рынка. • Структура спроса. • Объемы спроса. • Потенциал роста спроса. • Инновационность рынка. • Качество продукта. • Технологичность продукта. • Стимулы для экспорта. • Обмен информацией о продукте.
Связанные отрасли	Поставщики Конкуренты	<ul style="list-style-type: none"> • Международная конкуренция. • Внутренняя конкуренция. • Емкость рынка. • Местоположение. • Координация цен и объемов продаж между конкурентами. • Интенсивность инноваций и улучшений. • Доля рынка и монополия / олигополия власть. • Кооперация близко расположенных поставщиков. • Перспективы роста рынка.
Бизнес-стратегия	Стейкхолдеры	<ul style="list-style-type: none"> • Акционеры. • Профсоюзы. • Другие корпоративные группы.
Государство	Государственное вмешательство	<ul style="list-style-type: none"> • Налоги и сборы. • Субсидии. • Политическая стабильность. • Стандарты безопасности и охраны окружающей среды. • Международное позиционирование. • Законодательство о конкуренции. • Экономическая и внешнеторговая политика.
Экзогенные силы	Случайные события	<ul style="list-style-type: none"> • Научные открытия. • Важные технологические изменения. • Резкие колебания финансового или валютного рынка. • Изменение цен на сырье и современные товары. • Вооруженные конфликты и другие непредвиденные события.
Социальные факторы	Социальная культура	<ul style="list-style-type: none"> • Язык. • Доминирующий менталитет. • Нормы поведения. • Удаленность от деловых и культурных центров. • Интернационализация. • Традиции. • Общественное мнение.
Пространственные факторы	Особенные преимущества	<ul style="list-style-type: none"> • Климат. • Топография. • Пейзаж. • Защита окружающей среды. • Достопримечательности.

2. Ресурс знаний, ноу-хау и технологий особенно необходимы для безопасной организации горнопромышленного туризма, поскольку фундаментальные знания в области горного дела необходимы для получения конкурентного преимущества – безопасных туристических маршрутов по бывшим промышленным объектам, в т.ч. подземным, в долгосрочной перспективе. Эти ресурсы могут быть созданы университетами в сотрудничестве с туристическим и горнопромышленными компаниями.

3. Капитальные ресурсы используются для инвестиций в обустройство закрытых горнопромышленных объектов как туристических, а также в технические и маркетинговые исследования и разработки.

4. Инфраструктура является одним из определяющих факторов для создания новых туристических маршрутов. Например, преимущество водных путей для транспортировки туристов имеет значение только в начале развития горнопромышленного туризма в регионе. Также необходимо восполнить отсутствующие или несоответствующие возможности сообщения кластера горнопромышленного туризма с другими регионами (авиационного, железнодорожного, автомобильного). При этом строительство новых магистралей не должно нарушать природный ландшафт, чтобы сохранить уникальность территории.

5. Природные ресурсы, применительно к горнодобывающему туризму, имеют альтернативное значение. Поскольку месторождения полезных ископаемых в старопромышленных регионах уже в достаточной степени истощены, то неизбежно возрастает ценность водных, лесных ресурсов, пригодных для создания рекреационных зон.

6. Структура спроса – определяет соотношение туристических услуг различных ценовых категорий, а также социальных групп туристов. Так, в европейских странах в 19 веке, когда зародился геотуризм, сначала только очень богатые, а затем и богатые люди имели возможность отдохнуть или жить в летних домах на озерах в Швейцарии, Бельгии, Чехии, а также в приморских городах – Монако, Ницце, Каннах, принося в регионы деньги и создавая рабочие места. С годами структура спроса и туристов изменилась и стала более смешанной; при этом количество рабочих мест и оборот в туристической отрасли многократно возросли. Это стало следствием, прежде всего, другого фактора – взаимодействия с другими отраслями. По аналогии с этим развитие горнотехнического туризма означает создание нового предложения совместно с транспортной, строительной, горнодобывающей, информационной отраслями.

7. Объем спроса и емкость рынка, на которые влияют не только интерес к достопримечательностям, но и уровень транспортных расходов и затрат на проживание, а также благосостояние потенциальных туристов.

8. Качество продукта – важнейший фактор конкурентоспособности и критерий эффективности маркетинга. Одной из основных причин популярности горнопромышленного туризма является высокое качество впечатлений, разительно отличающихся от привычной современной жизни. Вместе с тем не менее значимо высокое качество питьевой воды, еды, гостиничных и транспортных услуг, потребляемых туристами в комплексном продукте.

9. Обмен информацией, создаваемой в экономике горнопромышленного туристического кластера, поддерживается самими туристами, которые во время отпуска туристы могут попробовать местную кухню, познакомиться с жителями и увидеть вывески местных компаний.

Таким образом, налицо связь факторов конкурентоспособности кластеров горнопромышленного туризма, относящихся к разным группам. Это свидетельствует о широких возможностях по стимулированию его развития.

5 Conclusion / Заключение

В заключение следует отметить, что посещение старых шахт относится не только к сфере горнодобывающего туризма. Туристы, посещающие старые предприятия, участвовавшие в добыче полезных ископаемых, ценят разные качества такой формы времяпрепровождения и пытаются по-разному оценить ее преимущества. Горный туризм способствует созерцанию. Прогуливаясь по коридорам подземных горных выработок, туристы с большей вероятностью позволят себе задуматься о смысле жизни. Это роднит горнодобывающий туризм с религиозным, часто сочетающийся с осмотром достопримечательностей.

Следует подчеркнуть, что горнодобывающий туризм, зачастую понимаемый как посещение

старых шахт, включает в себя многочисленные формы туризма. Посетители могут сосредоточиться на различных аспектах туристических достопримечательностей. Анализ доступной мировой литературы показывает, что существует около 50-ти основных видов туризма, и практически все они могут проходить в шахтах. Это уникально по сравнению с другими достопримечательностями и продуктами, включая музеи и объекты на поверхности.

Мультимедийные шоу – важный аспект предложения горнодобывающего туризма, что очень характерно для современного мира. Посещая шахты, туристы получают образование, поскольку они узнают о геологии и строении Земли и пытаются понять сложную и специфическую работу шахтеров. Что также важно для посетителей шахт, так это нетипичная среда, в которой они находятся. Сам факт нахождения под землей делает предложение многих исторических шахт очень привлекательным.

Факторы конкурентоспособности кластера горнопромышленного туризма образуют комплекс взаимосвязанных сил, способных значительно диверсифицировать экономику региона и обеспечить ее развитие. Условия для реализации этих факторов во многом связаны с политикой местных властей в отношении развития нематериальных производств, создания новых рабочих мест в сервисном секторе экономики, привлечения инвестиций и заимствований.

Список источников

1. Гарнов А.П., Краснобаева О.В. Актуальность системного формирования отечественного промышленного туризма // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. – 2012. – №2. – С. 60-63.
2. Илькевич С.В., Стремберг П. Редевелопмент промышленных территорий как новых туристских аттракций в России: факторы успеха проектов // Сервис+. – 2017. – №4. – С. 4-13.
3. Костиков А.К., Лихачёв Е.Н. Сравнительный анализ объектов промышленного туризма в городе Дрездене (XX - начало XXI века) // Творчество и современность. – 2019. – №2:10. – С. 55-60.
4. Dowling K. R.: Geotourism's contribution to local and regional development. In: C. de Carvalho and J. Rodrigues (eds.) Geotourism and local development. – Camar municipal de Idanha-a-Nova: MeNova, 2009. – pp. 15–37.
5. Idrija Mine Museum. URL: https://www.culture.si/en/Idrija_Mine_Museum (последнее обращение: 25.10.2020).
6. Edwards J.A., Llurdes i Coit J.C.: Mines and quarries: Industrial heritage tourism // Annals of Tourism Research. – 1996. – Vol. 23:2. – pp. 341-363.
7. Hugh Ch. (ed). Encyclopædia Britannica (11th ed.). – Cambridge: Cambridge University Press, 1911.
8. Rozycki P., Winiarski R. Social factors influencing tourist activity among youths // Tourism Review. – 2005. – Vol. 60:1. – pp. 20-25.
9. Verhoeven G. Foreshadowing Tourism: Looking for modern and obsolete features in early modern travel behavior (1675-1750) // Annals of Tourism Research. – 2013. – Vol. 42. – pp. 262-283.
10. Winiarski R., Zdebski J. Tourism Psychology. – Warszawa: Professional Academic Publishing, 2008. – 316 p.
11. Cameron C. M., Gatewood J. B. Beyond Sun, Sand and Sea: The Emergent Tourism Programme in the Turks and Caicos Islands // Journal of Heritage Tourism. – 2008. – Vol. 3:1. – pp. 55-73.
12. Hankinson G. Destination brand images: a business tourism perspective // Journal of Services Marketing. – 2005. – Vol. 19:1. – pp. 24-32.
13. Taylor P. What factors make rail trails successful as tourism attractions? Developing a conceptual framework from relevant literature // Journal of Outdoor Recreation and Tourism. – 2015. – Vol. 12. – pp. 89-98.
14. Derek M. Industrial tourism as a form of sustainable tourism. In: Z. Mlynarczyk, I. Potocka, A. Zajadacz (eds.) Conditions and plans of tourism development. – Poznan: Science Press, 2010. – pp. 86-102.
15. Lobożewicz T., Bińczyk G. Basics of Tourism. – Warszawa: Warszawa Higher School of Economy, 2001. – 361 p.
16. Schejbal C. To theory of montanistic tourism // GeoJournal Engineering. – 2016. – Vol. 62:2. – pp. 5-8.
17. Rybar P., Strba L. Mining tourism and its position in relation to other forms of tourism. In: F. Ugolini, V. Marchi, S. Trampetti, D. Pearlmutter, A. Raschi (eds.) Proceedings of the Geotour. – Firenze: IBIMET-CNR, 2016. – pp. 7-12.
18. Krsak B., Sidor C., Strba L., Mitterpak M. Usage of linked open data for the measurement of mining tourism POIs' impact on the competitiveness of a destination: Research notes part 1 // Acta Montanistica Slovaca. – 2016. – Vol. 21. – pp. 162-169.
19. Cole D. Exploring the sustainability of mining heritage tourism // Journal of Sustainable Tourism. – 2004. – Vol. 12. – pp. 480-494.
20. Weiss R., Labant S., Zuzik J., Mixtaj L. Application of GNSS and GIS in mining tourism // Acta Montanistica Slovaca. – 2013. – Vol. 18. – pp. 234-238.
21. Ballesteros E.R., Ramirez M.H. Identity and community - Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain // Tourism Management. – 2007. – Vol. 28. – pp. 677-687.

22. Sutherland F. Community-driven mining heritage in the Cuyuna Iron Mining District: Past, present and future projects // *The Extractive Industries and Society*. – 2015. – Vol. 2:3. – pp. 519-530.
23. Buultjens J., Brereton D., Memmott P., Reser J., Thomson, O'Rourke T. The mining sector and indigenous tourism development in Weipa, Queensland // *Tourism Management*. – 2010. – Vol. 31:5. – pp. 597-606.
24. Pham T., Jago L., Spurr R., Marshall J. The Dutch Disease effects on tourism – The case of Australia // *Tourism Management*. – 2015. – Vol. 46. – pp. 610-622.
25. Neto de Carvalho C. Tourism in the Naturtejo Geopark, under the Auspices of UNESCO, as Sustainable Alternative to the Mining of Uranium at Nasa (Portugal) // *Procedia Earth and Planetary Science*. – 2014. – Vol. 8. – pp. 86-92.
26. Richards G.: Production and consumption of European cultural tourism // *Annals of Tourism Research*. – 1996. – Vol. 23. – pp. 261-283.
27. Jovicic D. Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism // *Current Issues in Tourism*. – 2016. – Vol. 19. – pp. 605-612.
28. World Tourism Organization. A United nations Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org> (последнее обращение: 25.10.2020).
29. Chang S., Gibson H.J. Physically active leisure and tourism connection: Leisure involvement and choice of tourism activities among paddlers // *Leisure Sciences*. – 2011. – Vol. 33. – pp. 162-181.
30. Atkinson D. Is South Africa's Great Karoo region becoming a tourism destination? // *Journal of Arid Environments*. – 2016. – Vol. 127. – pp. 199-210.
31. Farsani N.T., Coelho C., Costa C. Geotourism and geoparks as novel strategies for socioeconomic development in rural areas // *International Journal of Tourism Research*. – 2011. – Vol. 13:1. – pp. 68–81.
32. Hose T.A. *Appreciating Physical Landscapes: Three Hundred Years of Geotourism*. – London: The Geological Society, Special Publication, 2016. – 512 p.
33. Христидис Д.И. Профессиональная подготовка менеджеров паломнического туризма в Греции // *Вестник МГУКИ*. – 2018. – №4:84. – С. 167-172.
34. Dryglas D., Salamaga M. Applying destination attribute segmentation to health tourists: A case study of Polish spa resorts // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2017. – Vol. 34:4. – pp. 503-514.
35. Wu T.C.E., Xie F.F.P., Tsai M.C. Perceptions of attractiveness for salt heritage tourism: A tourist perspective // *Tourism Management*. – 2015 – Vol. 51. – pp. 201-209.
36. Rinschede, G.: Forms of religious tourism // *Annals of Tourism Research*. – 1992. – Vol. 19. – pp. 51-67.
37. Житенев С.Ю. Современное состояние паломничества и религиозного туризма в России: правовые и организационные аспекты // *Культурологический журнал*. – 2019. – №2:36. – С. 4-9.
38. Мазин К.А. Паломничество и туризм: сравнение сквозь призму тысячелетий // *Современные проблемы сервиса и туризма*. – 2009. – №4. – С. 8-24.
39. Аكوпова Е.С. Инновационная глобализация и российская конкурентоспособность через призму «Алмаза» М. Портера // *Финансы и кредит*. – 2004. – №23:161. – С. 13-22.

References

1. Garnov A.P., Krasnobaeva O.V. Aktual'nost' sistemnogo formirovaniya oteche-stvennogo promyshlennogo turizma [The relevance of the systemic formation of domestic industrial tourism]. *Vestnik REA im. G.V. Plekhanova = Bulletin of the G.V. Plekhanov REA*. 2012. Vol.2. pp. 60-63.
2. Il'kevich S.V., Stremberg P. Redevelopment promyshlennykh territorij kak novykh turistskikh attrakcij v Rossii: factory uspekha proektov [Redevelopment of industrial territories as new tourist attractions in Russia: success factors of projects]. *Service+*. 2017. Vol. 4. pp. 4-13.
3. Kostikov A.K., Lihachyov E.N. Sravnitel'nyj analiz ob'ektov promyshlennogo tu-rizma v gorode Drezdene (XX - nachalo XXI veka) [Comparative analysis of industrial tourism objects in the city of Dresden (XX - early XXI century)]. *Tvorchestvo i sovremennost' = Creativity and modernity*. 2019. Vol. 2:10. pp. 55-60.
4. Dowling K. R.: Geotourism's contribution to local and regional development. In: C. de Carvalho and J. Rodrigues (eds.) *Geotourism and local development*. Camar municipal de Idanha-a-Nova: MeNova, 2009. pp. 15–37.
5. Idrija Mine Museum. URL: https://www.culture.si/en/Idrija_Mine_Museum (last access: 25.10.2020).
6. Edwards J.A., Llurdes i Coit J.C.: Mines and quarries: Industrial heritage tourism. *Annals of Tourism Research*. 1996. Vol. 23:2. pp. 341-363.
7. Hugh Ch. (ed). *Encyclopædia Britannica* (11th ed.). Cambridge: Cambridge University Press, 1911.
8. Rozycki P., Winiarski R. Social factors influencing tourist activity among youths. *Tourism Review*. 2005. Vol. 60:1. pp. 20-25.
9. Verhoeven G. Foreshadowing Tourism: Looking for modern and obsolete features in early modern travel behavior (1675-1750). *Annals of Tourism Research*. 2013. Vol. 42. pp. 262-283.
10. Winiarski R., Zdebski J. *Tourism Psychology*. Warszawa: Professional Academic Publishing, 2008. 316 p.

11. Cameron C. M., Gatewood J. B. Beyond Sun, Sand and Sea: The Emergent Tourism Programme in the Turks and Caicos Islands. *Journal of Heritage Tourism*. 2008. Vol. 3:1. pp. 55-73.
12. Hankinson G. Destination brand images: a business tourism perspective. *Journal of Services Marketing*. 2005. Vol. 19:1. pp. 24-32.
13. Taylor P. What factors make rail trails successful as tourism attractions? Developing a conceptual framework from relevant literature. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 2015. Vol. 12. pp. 89-98.
14. Derek M. Industrial tourism as a form of sustainable tourism. In: Z. Mlynarczyk, I. Potocka, A. Zajadacz (eds.) *Conditions and plans of tourism development*. Poznan: Science Press, 2010. pp. 86-102.
15. Lobożewicz T., Bińczyk G. *Basics of Tourism*. Warszawa: Warszawa Higher School of Economy, 2001. 361 p.
16. Schejbal C. To theory of montanistic tourism. *GeoJournal Engineering*. 2016. Vol. 62:2. pp. 5-8.
17. Rybar P., Strba L. Mining tourism and its position in relation to other forms of tourism. In: F. Ugolini, V. Marchi, S. Trampetti, D. Pearlmutter, A. Raschi (eds.) *Proceedings of the Geotour*. Firenze: IBIMET-CNR, 2016. pp. 7-12.
18. Krsak B., Sidor C., Strba L., Mitterpak M. Usage of linked open data for the measurement of mining tourism POIs' impact on the competitiveness of a destination: Research notes part 1. *Acta Montanistica Slovaca*. 2016. Vol. 21. pp. 162-169.
19. Cole D. Exploring the sustainability of mining heritage tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 2004. Vol. 12. pp. 480-494.
20. Weiss R., Labant S., Zuzik J., Mixtaj L. Application of GNSS and GIS in mining tourism. *Acta Montanistica Slovaca*. 2013. Vol. 18. pp. 234-238.
21. Ballesteros E.R., Ramirez M.H. Identity and community - Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism Management*. 2007. Vol. 28. pp. 677-687.
22. Sutherland F. Community-driven mining heritage in the Cuyuna Iron Mining District: Past, present and future projects. *The Extractive Industries and Society*. 2015. Vol. 2:3. pp. 519-530.
23. Buultjens J., Brereton D., Memmott P., Reser J., Thomson, O'Rourke T. The mining sector and indigenous tourism development in Weipa, Queensland. *Tourism Management*. 2010. Vol. 31:5. pp. 597-606.
24. Pham T., Jago L., Spurr R., Marshall J. The Dutch Disease effects on tourism – The case of Australia. *Tourism Management*. 2015. Vol. 46. pp. 610-622.
25. Neto de Carvalho C. Tourism in the Naturtejo Geopark, under the Auspices of UNESCO, as Sustainable Alternative to the Mining of Uranium at Nasa (Portugal). *Procedia Earth and Planetary Science*. 2014. Vol. 8. pp. 86-92.
26. Richards G.: Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*. 1996. Vol. 23. pp. 261-283.
27. Jovicic D. Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism*. 2016. Vol. 19. pp. 605-612.
28. World Tourism Organization. A United nations Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org> (last access: 25.10.2020).
29. Chang S., Gibson H.J. Physically active leisure and tourism connection: Leisure involvement and choice of tourism activities among paddlers. *Leisure Sciences*. 2011. Vol. 33. pp. 162-181.
30. Atkinson D. Is South Africa's Great Karoo region becoming a tourism destination? *Journal of Arid Environments*. 2016. Vol. 127. pp. 199-210.
31. Farsani N.T., Coelho C., Costa C. Geotourism and geoparks as novel strategies for socioeconomic development in rural areas. *International Journal of Tourism Research*. 2011. Vol. 13:1. –p. 68–81.
32. Hose T.A. *Appreciating Physical Landscapes: Three Hundred Years of Geotourism*. London: The Geological Society, Special Publication, 2016. 512 p.
33. Hristidis D.I. Professional'naya podgotovka menedzherov palomnicheskogo turizma v Grecii [Professional training of managers of pilgrim tourism in Greece]. *Vestnik MGUKI = MGUKI Bulletin*. 2018. Vol. 4:84. pp. 167-172.
34. Dryglas D., Salamaga M. Applying destination attribute segmentation to health tourists: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 2017. Vol. 34:4. pp. 503-514.
35. Wu T.C.E., Xie F.F.P., Tsai M.C. Perceptions of attractiveness for salt heritage tourism: A tourist perspective. *Tourism Management*. 2015 Vol. 51. pp. 201-209.
36. Rinschede, G.: Forms of religious tourism. *Annals of Tourism Research*. 1992. Vol. 19. pp. 51-67.
37. Zhitenev S.Yu. Sovremennoe sostoyanie palomnichestva i religioznogo turizma v Rossii: pravovye i organizacionnye aspekty [The current state of pilgrimage and religious tourism in Russia: legal and organizational aspects]. *Kul'turologicheskij zhurnal = Cultural journal*. 2019. Vol. 2:36. pp. 4-9.
38. Mazin K.A. Palomnichestvo i turizm: sravnenie skvoz' prizmu tysyacheletij [Pilgrimage and tourism: comparison through the prism of millennia]. *Sovremennye problemy servisa i turizma = Modern problems of service and tourism*. 2009. Vol. 4. pp. 8-24.
39. Akopova E.S. Innovacionnaya globalizaciya i rossijskaya konkurentosposob-nost' cherez prizmu «Almaza» M. Portera [Innovative globalization and Russian competitiveness through the prism of M. Porter's "Diamond"]. *Finansy i kredit = Finance and Credit*. 2004. Vol. 23:161. pp. 13-22.

Авторы

Павел Рожицки – PhD., доцент
Горно-металлургическая академия им. Станислава
Сташица в Кракове,
30-059 Ул. Мицквича 30, Краков, Польша
e-mail: rozycki@agh.edu.pl

Диана Дриглас – PhD, доцент
Горно-металлургическая академия им. Станислава
Сташица в Кракове,
30-059 Ул. Мицквича 30, Краков, Польша
e-mail: ddryglas@agh.edu.pl

Люция Домарака – PhD, доцент
Технический университет в Кошице
042 00 Летна ул. 9, Кошице, Словакия
e-mail: lucia.domaracka@tuke.s

Библиографическое описание статьи

Рожицки П., Дриглас Д., Домарака Л., Ковалевский С.А.
Конкурентоспособность горнодобывающего туризма
как инновационной формы геотуризма в старопро-
мышленных районах // Экономика и управление инно-
вациями — 2020. — № 4 (15). — С. 53-65.

Authors

Pawel Rozycki – PhD, assistant professor
AGH University of Science and Technology
30-059 30 al. Mickiewicza, Krakow, Poland
e-mail: rozycki@agh.edu.pl

Diana Dryglas – PhD, assistant professor
AGH University of Science and Technology
30-059 30 al. Mickiewicza, Krakow, Poland
e-mail: ddryglas@agh.edu.pl

Lucia Domaracka – PhD, assistant professor
Technical University of Kosice
Letna 9, 042 00 Kosice, Slovakia
e-mail: lucia.domaracka@tuke.s

Reference to article

Rozycki P., Dryglas D., Domaracka L., Kovalevsky S.A.
Competitiveness of mining tourism as an innovative form of
geotourism in old industrial regions. Economics and Inno-
vation Management, 2020, no. 4 (15), pp. 53-65.