

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления наименование	Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» наименование
Направление подготовки	43.03.02 «Туризм» код и наименование
Профиль	«Туризм» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

«Разработка стратегических направлений развития промышленного туризма
(на примере Пензенской области)»

Студент	19ЭТ1 номер группы	10.06.2023 подпись, дата	Курдюкова Юлия Романовна ФИО полностью
Руководитель	Д.Э.Н., зав. кафедрой звание, должность		
	ФГБОУ ВО «ПГУ» наименование организации	10.06.2023 подпись, дата	Гамидуллаева Л.А. фамилия, инициалы
Нормоконтролёр	К.Э.Н., доцент звание, должность	21.06.2023 подпись, дата	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ № _____)

Заведующий кафедрой «Маркетинг,
коммерция и сфера обслуживания»

Гамидуллаева Л.А.
подпись
фамилия, инициалы

Работа защищена с отметкой _____ (протокол заседания ГЭК от _____ № _____)

Секретарь ГЭК

Балахонова Е.В.
подпись
фамилия, инициалы

Пенза 2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ

Кафедра «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»

«УТВЕРЖДАЮ»

Зав. кафедрой «Маркетинг, коммерция
и сфера обслуживания»

д.э.н., проф. _____ Гамидуллаева Л.А.

ЗАДАНИЕ

по бакалаврской работе студенту

Курдюковой Юлии Романовне

(ФИО)

- 1. Тема работы:** Разработка стратегических направлений развития промышленного туризма (на примере Пензенской области)
- 2. Срок сдачи студентом законченной работы:** 10 июня 2023 г.
- 3. Исходные данные к работе:** Информация о состоянии промышленного туризма в мире, России и Пензенской области
- 4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов):** Промышленный туризм, как инструмент развития туристской привлекательности в регионах, анализ промышленного туризма в России и мире, исследование туристической привлекательности объектов промышленного туризма в Пензенской области, роль промышленного туризма в развитии бренда территории, разработка рекомендаций по организации промышленного туризма в Пензенской области для органов государственной власти, пример разработки промышленного турмаршрута и расчет его стоимости.
- 5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей):** демонстрационные слайды, раздаточный материал

Дата выдачи задания: 30 января 2023 г.

Руководитель: _____
(подпись)

Задание принял к исполнению: 30 января 2023 г. _____
(дата) (подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	30.01.2023	05.02.2023	
Введение	06.02.2023	12.02.2023	
Анализ рынка и практического опыта развития промышленного туризма	13.02.2023	05.03.2023	
Исследования региональных стратегий развития промышленного туризма в РФ	06.03.2023	19.03.2023	
Анализ возможностей и условий развития промышленного туризма в Пензенской области	20.03.2023	09.04.2023	
Основные проблемы развития промышленного туризма в Пензенской области. Стратегические направления организации системы промышленного туризма в регионах	10.04.2023	23.04.2023	
Создание промышленного турмаршрута на примере Пензенской области	24.04.2023	07.05.2023	
Расчет стоимости тур	08.05.2023	14.05.2023	
Заключение	15.05.2023	22.05.2023	
Глоссарий	23.05.2023	26.05.2023	
Список использованных источников	27.05.2023	31.05.2023	
Приложения	01.06.2023	09.06.2023	

Руководитель бакалаврской работы _____ Гамидуллаева
Л.А

(подпись, ФИО)

РЕФЕРАТ

Тема бакалаврской работы: Разработка стратегических направлений развития промышленного туризма (на примере Пензенской области)

Автор бакалаврской работы: Курдюкова Юлия Романовна, группа 19ЭТ1.

Руководитель бакалаврской работы: д.э.н., зав. кафедры «МКиСО» Гамидуллаева Л.А.

Год защиты бакалаврской работы: 2023.

Актуальность работы обусловлена наличием нереализованных факторов для развития промышленного туризма в Пензенской области. Их использование позволит диверсифицировать туристскую деятельность, экономически оздоровить промышленные предприятия. Данный вид туризма призван обеспечить повышение уровня развития туризма в регионе, развитие промышленного сектора, а также повысить лояльности к региональным брендам у покупателей.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка стратегических направлений развития промышленного туризма для регионов, на примере Пензенской области. Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) систематизировать различные точки зрения по поводу того, что такое промышленный туризм и как он влияет на экономику региона;
- 2) познакомиться с зарубежными и отечественными достижениями в области промышленного туризма;
- 3) познакомиться с региональным опытом развития промышленного туризма и определить перспективы роста Пензенской области в данном направлении;
- 4) разработать рекомендации по развитию промышленного туризма в Пензе для региональных и муниципальных органов власти;

- 5) разработать пример промышленного тура в Пензенской области;
- 6) осуществить расчет затрат на промышленный тур по Пензенской области.

В ходе выполнения работы были рассмотрены все заинтересованные стороны при организации промышленных туров, изучен опыт развития данного вида туризма в России и за рубежом. Также проведен анализ социокультурных и экономических условий Пензенской области для развития промышленного туризма и проведен анализ текущего состояния промышленного туризма в Пензенской области.

В ходе проведенного анализа были выявлены основные проблемы развития промышленного туризма в регионах.

Автором данной выпускной квалификационной работы были разработаны стратегические рекомендации по развитию промышленного туризма в регионах на примере Пензенской области. В качестве примера был разработан промышленный тур по Пензенской области.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: классификации, статистический анализ, SWOT-анализ.

Практическая значимость заключается в возможности использования разработанных рекомендаций, направленных на развитие промышленного туризма, в деятельности промышленных предприятий Пензенской области.

Объем бакалаврской работы составляет 78 страниц формата А4. Работа содержит 5 таблиц, 18 рисунков, 5 приложений, 38 использованных источников.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	7
1 Анализ теоретических и практических подходов и организации промышленного туризма	9
1.1 Анализ рынка и практического опыта развития промышленного туризма.....	9
1.2 Исследования региональных стратегий развития промышленного туризма в РФ	20
1.3 Анализ возможностей и условий развития промышленного туризма в Пензенской области.....	24
2 Стратегические направления и практические рекомендации по развитию промышленного туризма	40
2.1 Основные проблемы развития промышленного туризма в Пензенской области. Стратегические направления организации системы промышленного туризма в регионах	40
2.2 Создание промышленного турмаршрута на примере Пензенской области	47
2.3 Расчет стоимости тура.....	56
Заключение	62
Глоссарий	64
Список использованных источников	66
Приложение А	72
Приложение Б	73
Приложение В.....	75
Приложение Г	77
Приложение Д.....	79

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития общества все большую популярность приобретают виды туризма, во время которых турист не только отдыхает, но и получает новые знания, знакомится с «тайными» сторонами общественного функционирования. Одним из таких видов является промышленный туризм.

Актуальность работы обусловлена наличием нереализованных факторов для развития промышленного туризма в Пензенской области. Их использование позволит диверсифицировать туристскую деятельность, экономически оздоровить промышленные предприятия. Данный вид туризма призван обеспечить повышение уровня развития туризма в регионе, развитие промышленного сектора, а также повысить лояльности к региональным брендам у покупателей. В данной работе рассмотрены проблемы развития промышленного туризма с помощью комплексного подхода и предложены научно обоснованные рекомендации для его развития. Это и есть основная цель данной работы.

Объект исследования – Пензенская область как туристская территория

Предмет исследования – процессы развития промышленного туризма в регионах

Цель – разработать стратегические направления развития промышленного туризма в Пензенской области

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

- 1) систематизировать различные точки зрения по поводу того, что такое промышленный туризм и как он влияет на экономику региона;
- 2) познакомиться с зарубежными и отечественными достижениями в области промышленного туризма;
- 3) познакомиться с региональным опытом развития промышленного туризма и определить перспективы роста Пензенской области в данном направлении;

- 4) разработать рекомендации по развитию промышленного туризма в Пензе для региональных и муниципальных органов власти;
- 5) разработать пример промышленного тура в Пензенской области;
- 6) осуществить расчет затрат на промышленный тур по Пензенской области.

При выполнении работы использованы следующие методы научного исследования: классификации, статистический анализ, SWOT-анализ.

Основой исследования стала диссертация голландского ученого А. Г. Отгаара, научные статьи отечественных и зарубежных авторов, законодательные акты и данные от служб государственной статистики.

Практическая значимость заключается в использовании предложенных рекомендаций для развития промышленного туризма в Пензенской области.

Выпускная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников и приложений. Первая глава определяет понятие "промышленный туризм", изучает опыт развития этого вида туризма в России и за рубежом, проводит анализ социо-культурных и экономических условий региона и текущего состояния промышленного туризма. Вторая глава содержит рекомендации для развития промышленного туризма в области и авторский тур. В работе представлено 16 рисунков и шесть таблиц.

1 Анализ теоретических и практических подходов и организации промышленного туризма

1.1 Анализ рынка и практического опыта развития промышленного туризма

На сегодняшний день туристский бизнес является одним из наиболее доходных и перспективных сфер в инвестиционном плане. Для развития данной отрасли прежде всего необходимо поддерживать соответствующий уровень конкурентоспособности не только всех отраслей данного сектора, но и всех предприятий, задействованных в нем. Это обозначает, что страна должна наиболее эффективно задействовать все имеющиеся туристические ресурсы государства. В некоторых странах сфера туризма признана одной из наиболее важных сфер экономики, в некоторых странах данный сектор даже превалирует в ВВП страны.

Рейтинг стран «Группы двадцати»:
отдельные показатели сферы путешествий и туризма

Позиция в рейтинге	Общий вклад сферы путешествий и туризма в ВВП, млрд долл. США	Позиция в рейтинге	Общий вклад сферы путешествий и туризма в ВВП, млрд долл. США	Позиция в рейтинге	Общий вклад сферы путешествий и туризма в ВВП, млрд долл. США	Доля сферы путешествий и туризма в ВВП страны, в %
2019 г. ¹⁾		2020 г. ¹⁾		2021 г. ²⁾		2021 г. ²⁾
1. США	1869,7	1. США	1103,7	1. США	1271,2	5,5
2. Китай	1665,6	2. Китай	667,2	2. Китай	814,3	4,6
3. Япония	373,0	3. Япония	234,9	3. Германия	251,0	6,4
4. Германия	393,1	4. Германия	208,8	4. Япония	206,3	4,2
5. Италия	269,8	5. Италия	132,2	5. Италия	179,0	9,1
6. Франция	240,5	6. Франция	123,2	6. Индия	178,0	5,8
7. Индия	191,3	7. Индия	121,9	7. Франция	177,9	6,5
8. Великобритания	305,0	8. Великобритания	115,0	8. Мексика	168,8	13,1
9. Мексика	175,6	9. Мексика	91,2	9. Великобритания	157,5	5,7
10. Австралия	149,1	10. Австралия	81,4	10. Испания *	113,1	8,5
11. Бразилия	115,7	11. Бразилия	78,0	11. Бразилия	103,5	6,4
12. Испания *	202,1	12. Испания *	75,4	12. Канада	88,0	4,4
13. Канада	111,6	13. Канада	52,4	13. Австралия	76,5	4,7
14. Саудовская Аравия	79,2	14. Саудовская Аравия	48,5	14. Россия	66,0	2,4 ³⁾
15. Россия	75,5	15. Россия	40,1	15. Турция	59,3	7,3

Рисунок 1 – Сравнительная характеристика стран по вкладу туризма в ВВП за 2019-2021 г., в млрд долл. США (автор – Статистическая бюллетень Росстата ко всемирному дню туризма 2022 г.)

Лидером данного показателя является Мексика, где доля туризма в общей доле ВВП составила 13,1 % на 2021 г. В России данный показатель держится в пределах 2,4 % от общего объема ВВП (см. рисунок 1) [31].

Однако, хочется отметить, что этот показатель не столько важен для оценки уровня развитости туристической сферы в стране и дает общей информации о поступлении денежных средств в бюджет страны. Объем поступлений от туристической деятельности в ВВП страны США составляет почти в два раза больше, чем у Китая. В Российской Федерации данный показатель составляет 66 млрд дол. США [36].

В Российской Федерации определение «туризм» закреплено на законодательном уровне, согласно федеральному закону от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Туризм – это «временные выезды (путешествия) граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой в стране временного пребывания деятельностью» [37]. Туризм можно классифицировать по разным критериям.

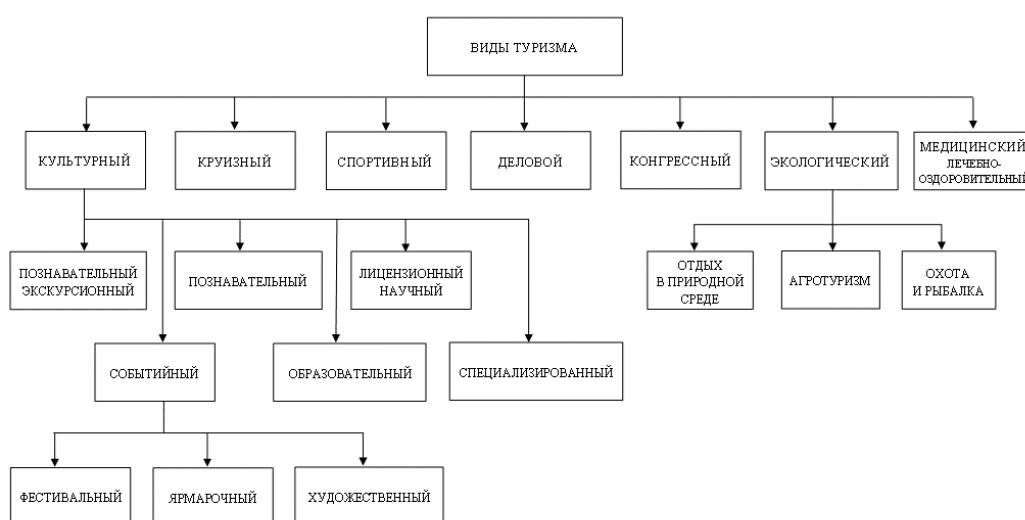


Рисунок 2 – Основные виды туризма (составлено автором на основе [9])

По типу классификации туризм первоначально делится на: внутренний, въездной и выездной. Классификаций по различным критериям можно выделить огромное количество, но традиционно выделяют следующие виды туризма (см. рисунок 2). Промышленный туризм является одним из направлений культурно-познавательного туризма, так как в его основу закладываются историческое наследие, которое сформировано в результате развития территории, а если быть точнее, то – промышленной сферы.

Дадим определение понятию. Согласно ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» под промышленным туризмом (industrial tourism) понимается: «Посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему» [1]. Данный вид туризма является относительно новым видом, что может положительно повлиять на социально-экономическое положение региона или даже государства, а также отдельно промышленных предприятий.

Промышленный туризм не является сезонным продуктом и может реализовываться круглый год, что поможет решить определенный спектр социально-экономических задач для субъектов Российской Федерации с развитым промышленным сектором. Развитие промышленного туризма может способствовать повышению уровня престижа и конкурентоспособности российской промышленности за рубежом. Добиться этого можно через разработку уникальных туристических продуктов, привлечению большой аудитории, в том числе детей и молодежи, развитию территории и созданию комфортной среды для туристов и жителей городов. Огромный вклад в развитие теоретических основ промышленного туризма внесли труды многих ученых, например, Антонец В. Г., Седельниковой И. В., Визгалова Д. В., Григоренко Т. Н., и др. [2,14,21,3]. В ходе выполнения данной исследовательской работы мною было найдено несколько определений промышленному туризму, но до сих пор единого и четкого понятия не разработано. Сравнительный анализ по поня-

тиям можно наблюдать в рисунке 3. Авторы использовали различные термины для описания аспектов промышленного туризма, однако данные определения не дают общей характеристики понятия, как явления, а лишь излагают направленность данного вида туристской деятельности.

Автор	Определение
Антонец В. Г.	Вид активного туризма, связанный с организацией регулярных туров в промышленно развитые регионы на действующие (или когда-то действующие) промышленные предприятия, с целью удовлетворения познавательных, профессиональных, деловых, научных, образовательных и др. интересов, без осуществления оплачиваемой деятельности в месте временного пребывания.
Жигалова С. А.	Направление в туризме, которое предполагает в качестве культурного объекта использовать промышленное пространство, которое ранее или используется в данный момент для производства продуктов
Т. Додд, В. Биджотти.	Посещение потребителей потенциальных мест производственного процесса, которые включают учебные экскурсии и дегустацию производимой продукции.
Р. Прентис	Путешествия к туристическим достопримечательностям, которые включают в себя элементы промышленности и касаются основного производства, например, фермы, молочные фермы, горнодобывающая промышленность; центры и ремесла, ремесленные мастерские, а также заводы, пивоварни и транспорт.
А. Отгаар	Проведение экскурсии на действующих предприятиях. Посещение мест, которые позволяют туристам узнать о хозяйственной деятельности в прошлом, настоящем и будущем.
Л. Борос	Посещение бывших или работающих заводов, и других промышленных объектов как туристических направлений.
Визгалов Д. В.	Организация регулярных туристических туров на действующие или когда-то действующие промышленные предприятия.
Чередниченко О. Ю.	Исследования территорий, зданий и инженерных сооружений производственного (не гражданского) или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений с целью получения психологического и эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса, увлечения в виде фотографирования.
Казакова Т. А.	Существенным компонентом промышленного туризма является посещение рабочих предприятий, это разновидность техногенного туризма.
Пацук В. С.	Вид активного туризма, сосредоточенного в промышленных регионах, целью которого является созерцание индустриальных ландшафтов, знакомство с произведениями индустриальной архитектуры, посещение работающих производственных предприятий, с целью удовлетворения познавательных, профессиональных, деловых интересов.

Рисунок 3 – Сравнительный анализ понятий «промышленный туризм»
(Составлено автором на основе [2,14,21,3])

Промышленный туризм представляет собой проведение экскурсий на промышленные объекты, включая фабрики и комбинаты, по заранее составленному маршруту и с сопровождением экскурсовода. Такая практика широко распространена во всем мире и является эффективным инструментом развития экономики региона и страны. Помимо этого, промышленный туризм является маркетинговым ходом для предприятий, который направлен на привлечение интереса со стороны потребителей и увеличение лояльности к региональному бренду. Для органов государственной власти данный вид туризма также будет полезен, так как за этим следует увеличение турпотока в регион, проявление интереса к самой области и поступления в бюджет [15]. В настоящее время промышленный туризм составляет 2 % от туристического рынка России [36]. Исходя из этого мы можем сделать вывод, что развитие промышленного туризма является перспективным для промышленных регионов страны.

Для разработки стратегических направлений развития промышленного туризма необходимо четко иметь представления об участниках данной системы (см. рисунок 4).

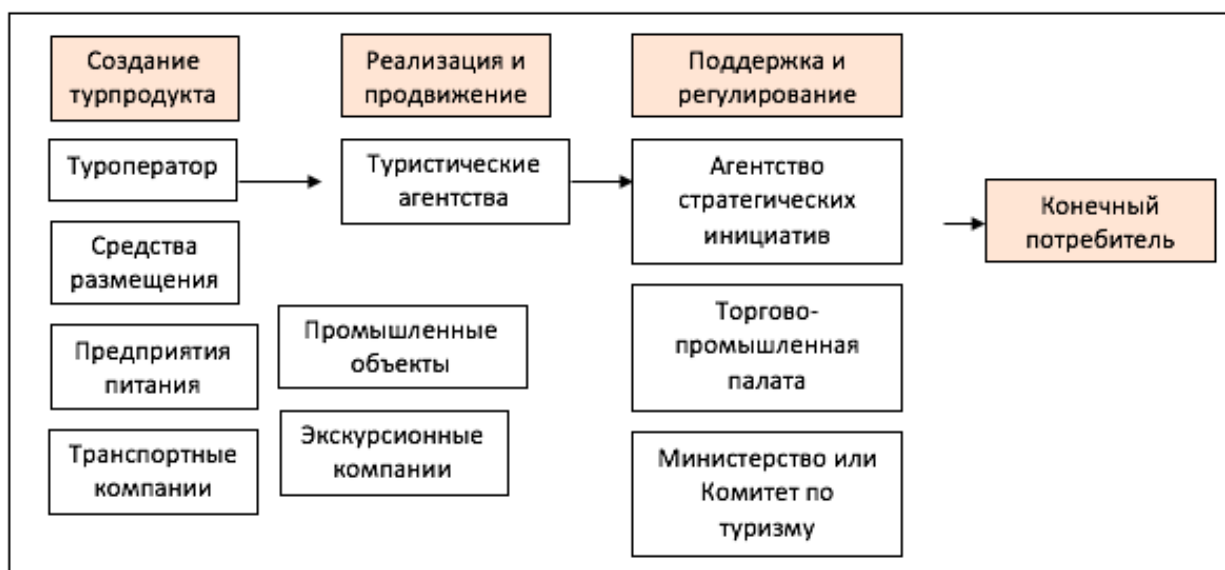


Рисунок 5 – Система промышленного туризма (составлено автором)

В первую очередь в данной системе стержнем являются стандартные сферы для туризма:

- туроператорские компании, которые создают промышленный продукт;
- туристические агентства, занимающиеся продвижением и реализацией продукта;
- средства размещения;
- предприятия общественного питания;
- транспортные компании;
- экскурсионные компании.

Помимо этого, добавляются еще органы управления:

- Торгово-промышленная палата;
- Министерство или Комитет по туризму;
- Агентство стратегических инициатив.

И основной отличительной чертой являются различные промышленные предприятия, в том числе не действующие. Промышленным туризмом занимаются с разными целями, включая познавательную, знакомство с инновацией и технологией производства, получение удовольствия и острых ощущений. Это также может быть организовано для профессионалов, бизнесменов, деловых людей или экспертов ведущих компаний промышленности. Данные экскурсии направлены на изучения функциональности производств, рассмотрение инноваций в производстве и применение их в собственной компании, поиск партнеров и заключение сделок, а также приобретение ценного опыта успешных предприятий [38].

Рассмотрим подробнее зарубежный опыт. Город Кёльн является одним из ведущих регионов Германии с развитым промышленным сектором и хорошо развитой туристкой инфраструктурой (включая гостиницы и рестораны), продвигающий свою продукцию через «Совет по мониторингу туризма», который состоит из членов местного правительства. Для развития

и поддержки туризма в регионе организация использует местное финансирование и коммерческие доходы. Её основной задачей является продвижение туризма путём увеличения продолжительности пребывания туристов в регионе и увеличения их трат.

В Германии лидером по числу посетителей является концерн «BMW» – 260 тыс. туристов в год. Помимо «BMW» в Мюнхене, экскурсии проводят в филиалах также в Берлине. Во время показа, туристы могут наблюдать за работой сборочных конвейеров кабин, и посетить другие различные цеха.

В 2000 г. «Вольфсбург» и компания «Volkswagen» осуществили стратегию под названием «Автовизит», объединивший государственно-частное партнерство для организации мероприятий в области промышленного туризма. Цель этой стратегии заключалась в повышении имиджа региона, снижении безработицы и привлечении частного капитала. Одним из результатов «Автовизита» стало открытие парк-музея «Автоград», ставшего популярным среди различных групп туристов и привлекающим каждый год более 2 млн посетителей. Торгово-промышленная палата Кёльна несет ответственность за привлечение профессиональных групп туристов из разных стран, таких как Китай, Тайвань, Вьетнам, Казахстан и Турция. Инициатива в развитии промышленного туризма была запущена в Великобритании в 1988 г. где была организована кампания «Посмотри на производство в работе», а позднее другие регионы также присоединились к созданию подобных проектов. В голландском городе Роттердам был разработан «Тур по промышленному наследию» в конце 1990-х гг. [38].

Еще одним примером являются Нидерланды, где была создана организация «Rotterdam Marketing», ответственная за развитие туризма в регионе. Основная цель организации заключается в привлечении большего числа туристов, увеличении расходов на туризм в регионе и улучшении имиджа региона как туристической дестинации. Для достижения этой цели создаются новые туристические маршруты, включая промышленные

экскурсии. В Роттердаме был создан пост главного маркетолога, который ответственен за продвижение имиджа региона и организацию промышленных экскурсий. Промышленный туризм в Роттердаме ориентирован на бизнес-туристов, включая инвесторов и предпринимателей [16].

На данный момент имеется значительный спрос на производственные экскурсии и только во Франции уже открыто более 5 000 предприятий для туристов, из них:

- 95 % малые производства;
- 60 % гастрономия и вина;
- 18 % дизайн и ремесленные мастерские;
- 10 % энергетика;
- 7 % мода и косметика;
- 5 % новые технологии.

Более 15 млн человек посетили предприятия Франции в 2019 г., в том числе 1 млн иностранных туристов.

Ярким примером в реализации промышленных экскурсий на предприятии является компания «Boeing» (Боинг) – известная американская компания, которая является одной из крупнейших мировых производителей авиационной и военной техники. Впервые экскурсии на завод «Боинг» стали проводить в 1968 г. Количество желающих увидеть процесс создания и конструирования самолетов было на столько велико, что компания «Боинг» организовала целую экскурсионную линию:

- 90 мин – длительность тура, стоимость билета – 25 долл.;
- максимальное количество человек в группе – 52;
- семь дней в неделю без выходных;
- восемь туров в день с утра и до вечера;
- 11 тыс. туристов в месяц;
- 132 тыс. туристов в год.

– 3 300 000 долл. в год или примерно 265 000 000 руб. [19].

В России промышленный туризм зародился в 30-е гг. 20 в., когда Государственное экскурсионное акционерное общество «Советский Турист» начало распространять буклеты с маршрутами экскурсий по различным промышленным предприятиям для обеспечения обмена профессиональным опытом.

На сегодняшний день промышленный туризм в России находится на ранней стадии развития, и его доля на туристском рынке составляет менее 1 % по данным статистики за 2017 г. Экскурсии чаще всего ориентированы на детей и проводятся в столичных городах. Некоторые регионы, такие как Юг России, становятся популярными местами для гастрономического туризма, особенно винного. Среди центров российского винного туризма можно отметить следующие компании: «Абрау-Дюрсо», «Золотая Балка», «Фанагория», «Массандра», «Инкерман», «Новый Свет». По данным «Турстата», в России насчитывается около одного млн туристов, посещающих места изготовления вин [22]. В 2020 г. международный туристический сервис «Tripadvisor» включил исторический комплекс Русского винного дома «Абрау-Дюрсо» в список лучших достопримечательностей мира. Ежегодно Центр туризма «Абрау-Дюрсо» привлекает около 300 тыс. посетителей и занимает первое место по посещаемости в России и Европе. Стоимость экскурсии с дегустацией в Абрау-Дюрсо – 950 руб. Итого в год мы получаем примерно 285 000 000 руб., что в сравнении является почти идентичным с уровнем дохода всемирно известной американской компании «Boeing» [22].

Многие промышленные предприятия, где возможно их посещение, не работают постоянно, но обычно открываются для туристов в определенное время года или момент. В пример можно привести Ижевский автомобильный завод, который открывает свои двери для туристов только один месяц в году. Выставка проходит на территории завода каждый декабрь и включает в себя экскурсию по самому предприятию, осмотр современных автомобилей ли-

нейки «LADA», а также ретро-авто. За один день завод посещают от 20 до 30 тыс. человек.

В Екатеринбурге на международной выставке «EXPOTRAVEL-2017» был учрежден специальный «Совет по развитию промышленного туризма в Российской Федерации». Основными задачами данного совета являются:

- вопрос о получении допуска на промышленные объекты;
- стимулирование развития местных туристических маршрутов, в том числе промышленного туризма;
- выстраивание связей между промышленными предприятиями и туристическими компаниями;
- разрешение на посещение промышленных объектов;
- формирование единой карты промышленного туризма в Р.Ф.

За короткий срок деятельность данного органа поспособствовала быстрому развитию промышленного туризма в стране. При содействии Совета было создано огромное количество межрегиональных маршрутов для промышленного туризма. В пример можно привести маршрут по Тюменской области, посвященный добыче нефти «Черное золото Сибири». Также данный Совет начал работу по разработке единой карты промышленного туризма в России [8]. В 2019 г. в Екатеринбурге продолжилось обсуждение формирования «Дорожной карты по развитию промышленного туризма в Р.Ф, 2019 – 2025 гг.» [19].

В 2020 г. команда исследователей из Оренбурга провела анализ сайтов региональных органов по туризму. Полученные данные показали, что большинство регионов (88 %) не имеют информации о промышленном туризме. Только в 10 субъектах представлена какая-либо информация о промышленном туризме, включая информацию о промышленных объектах и экскурсиях. Большинство субъектов Р.Ф. (52 %) имеют регулярные промышленные экскурсии, и Приволжский федеральный округ является лидером по количеству предприятий, доступных для посещения. На рисунке 5 мы видим, что лиди-

рующую позицию по количеству регионов с регулярными промышленными экскурсиями занимает Приволжский федеральный округ. Из 14 регионов этого округа только 11 имеют предприятия, доступные для посещения.

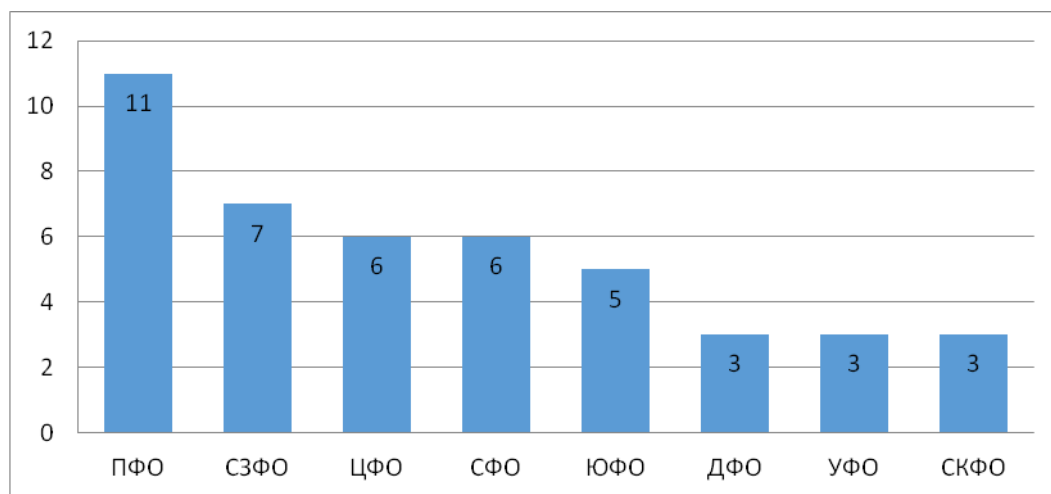


Рисунок 5 – Количество регионов по Федеральным округам по признаку наличия регулярно проводимых промышленных экскурсий (составлен автором по данным [36])

Существует несколько крупных предприятий, таких как: завод по производству минеральных вод «Серебряные ключи», «Татспиртпром», элеваторный комплекс «Тамала-элеватор», Алексеевская фабрика художественного ткачества, заводы «Pepsi» и «Coca-Cola», Благовещенский арматурный завод, «Балтика – Самара», крупнейший производитель грузовиков «КАМАЗ», автомобильный завод «ГАЗ» и т.д.

В целом, в России в отличие от таких зарубежных стран как Германия, Франция, Великобритания, США промышленный туризм развивается медленно. Однако некоторые регионы уже успешно продвигаются в развитии промышленного туризма, включая Свердловскую область, Челябинскую область, Тюменскую область где существует уже промышленный маршрут «Черное золото Сибири», Санкт-Петербург, Москву, Ленинградскую область,

Калининградскую область, Нижегородскую область и Крым, который славится производством вин.

Таким образом, рассмотрев зарубежный опыт мы можем сделать вывод, что промышленный туризм развивается медленно в России по сравнению с Германией, Францией, Великобританией и США. Несмотря на это, некоторые регионы страны уже смогли добиться успеха в этой сфере, привлекая туристов на предприятия и производства. Опыт зарубежных компаний показывает, что для успешного развития промышленного туризма необходимо именно сотрудничество с государственными и муниципальными органами власти и продвижение имиджа региона. Важно также увеличение интереса и лояльности к производимой продукции, что позволяет расширять производственную деятельность и создавать новые рабочие места. Также следствием развития промышленного туризма в регионах будет являться развитие туристской инфраструктуры и увеличение турпотока.

1.2 Исследования региональных стратегий развития промышленного туризма в РФ

Рассмотрев подробнее зарубежный опыт, мы видим, что промышленный туризм является эффективным инструментом для развития региона и предприятий. Данный вид туризма способствует привлечению инвестиций, повышению имиджа территории, а также решению кадровых вопросов. Перейдем к рассмотрению региональной практики развития промышленного туризма.

Агентство стратегических инициатив (далее по тексту «АСИ») совместно с Министерством промышленности и торговли РФ организовали проведение Акселератора по развитию промышленного туризма для команд региональных предприятий.

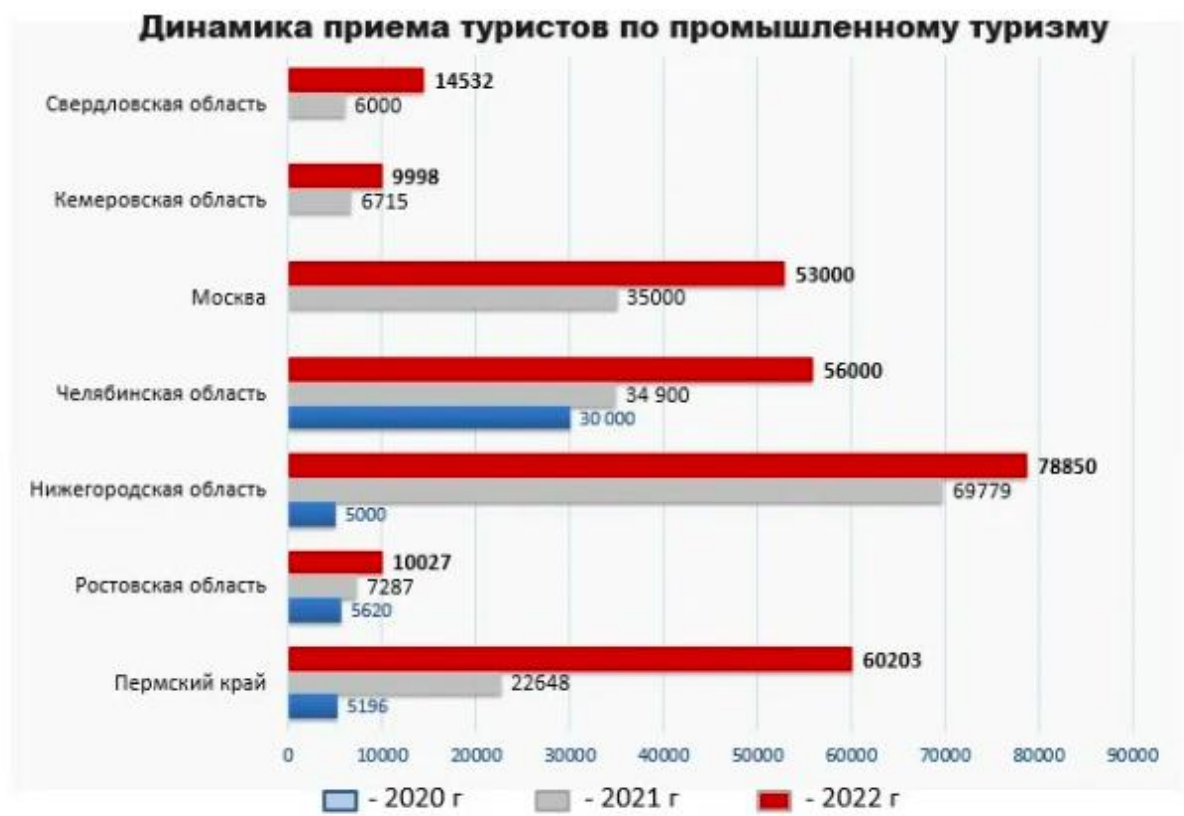
Результатом данных мероприятий стали 20 регионов, которые успешно прошли обучение и открыли свои производства для туристов на системной основе, став регионами-наставниками в программе «Открытая промышленность». Среди участников проекта – крупные предприятия, такие как Космодром «Восточный», Кемерово «Азот», АО «МАКФА», АО «АЛРОСА», Курская АЭС, ПАО «Челябинский трубопрокатный завод» и др.

Курская область является первым регионом, в котором стартовала программа развития промышленного туризма при поддержке «АСИ». В 2020 г. Курский электроаппаратный завод «КЭАЗ» стал первым предприятием, участвующим в стратегии по развитию промышленного туризма.

Группа компаний «КЭАЗ» является российским производителем электротехнического оборудования и компонентов автоматизации в России. В течение 2022 г. более 300 000 человек посетили промышленные предприятия в регионах-наставниках, что соответствует населению крупных городов. В 2022 г. некоторые области России, такие как Пермский край, Челябинская область и Нижегородская область, привлекли большое количество туристов, посетивших местные производства.

Лидером среди предприятий, доступных для туристов, является кондитерский цех «Бабаевский» (входит в холдинг «Объединенные кондитеры»). За год предприятие посетило около 46 000 туристов (для сравнения, в 2021 г. – порядка 33 000 туристов), что составляет почти 1/6 всего турпотока на промпредприятия регионов-наставников. В Пермском крае основными объектами промышленного туризма являются компании, занимающиеся производством ракетных двигателей первой ступени, востребованных не только в России, но и во всем мире, а также ПАО «Протон-ПМ», ООО «Промобот», которая является крупнейшим производителем сервисных роботов в Европе, и ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь». Тем не менее, наибольшим количеством туристов привлекает кондитерская фабрика "Пермская", которая является первой кон-

фетной фабрикой на Урале и в Сибири. В течение 2022 г. ее посетили 25 000 туристов (для сравнения, в 2021 г. желающих увидеть, как делают сладости, было только 10 000) [39].



Сравнительная статистика посещений предприятий за 2020-2022 гг.

Рисунок 6 – Посещаемость промышленных предприятий в регионах-наставниках (источник: АСИ: городская экономика и туризм [39])

Основная цель проекта промышленного туризма на предприятии заключается в популяризации науки, изобретательства и инженерии. В рамках экскурсии «Граффити на КЭАЗ: время объединить энергию» гости имеют возможность посмотреть, как функционирует производство надежного электротехнического оборудования, ознакомиться с технологическим циклом от маленьких элементов до готовой упаковки изделия. Также на производственной площадке «КЭАЗ» проходят фестивали современного искусства, в рамках которых уличные художники создают

большие муралы с изображением знаменитых научных личностей, например: И. Ньютона, А. Эйнштейна, Д. Менделеева и других личностей, связанных с наукой и техникой. Это делает «КЭАЗ» центром индустриального искусства, где творцы и изобретатели могут самореализоваться и привлекаются к развитию городской среды [19].

Кемеровская область стала примером успешной реализации соглашения между «АСИ» и Правительством региона о развитии промышленного туризма. В рамках этого сотрудничества в области внедряются методические рекомендации по организации туристических маршрутов и экскурсий, создаются новые туристические региональные и межрегиональные маршруты. Местные власти поддерживают продвижение лучших практик развития промышленного туризма в регионе, а «АСИ» предоставляет свои методические рекомендации и координирует разработку новых производственных экскурсий. В результате этого сотрудничества уже появилось несколько пилотных предприятий, которые успешно разработали экскурсионные маршруты и получили положительную оценку экспертов. В будущем Местные власти планируют создать еще больше туристических маршрутов и привлечь еще больше предприятий к развитию промышленного туризма в регионе.

В данном регионе активно развивается промышленный туризм при поддержке «АСИ», которая имеет значительный опыт в этой сфере. Организован координационный совет по туризму на Кузбассе, где обсуждаются вопросы промышленного туризма. Шесть пилотных предприятий на Кузбассе разработали экскурсионные маршруты на основе методологии «АСИ». В их число входят:

- «СУЭК-Кузбасс»;
- Угольная компания «Кузбассразрезуголь»;
- «Деревенский молочный завод»;
- «Азот»;

– «Усадьба Лобановых».

Развитие промышленного туризма в этом регионе эффективным образом способствует созданию и продвижению положительного имиджа территории, а также является мощным маркетинговым инструментом для привлечения инвесторов и туристов. Развитие промышленного туризма в регионах приводит к развитию сопутствующей туристической инфраструктуры за счет увеличения числа туристов [19].

Таким образом, можно сделать вывод, что промышленные предприятия находятся в тесной связи не только с регионом, но и с объектами туристской инфраструктуры. Главной задачей промышленного туризма является повышение имиджа региона, а также развитие в нем туризма. Промышленный туризм даёт импульс к развитию других секторов связанных с туризмом и не только, что в свою очередь, может положительно отразиться на местном бюджете, за счет налоговых отчислений из-за увеличения турпотока и увеличения товарооборота. Следствием всего этого будет являться развитие малого и среднего бизнеса, увеличение инвестиционной привлекательности региона [4,13].

1.3 Анализ возможностей и условий развития промышленного туризма в Пензенской области

До сих пор ведущей отраслью современной экономики остается промышленное производство. Основная доля внутреннего и национального продукта – результат работы промышленного сектора. Именно поэтому промышленность так нуждается во внедрении инноваций. Для более осмысленного понимания текущего значения российской промышленности в экономике России следует проанализировать структуру формирования валового внутреннего продукта по отраслям экономики. Для этого обратимся к данным, представленным на сайте Росстата [34].

Как можно увидеть из представленных ниже данных, промышленное производство является одной из наиболее значимых величин формирования валового внутреннего продукта. Именно эта отрасль экономики составляет наиболее высокий процент в структуре ВВП России за последние пять лет.

Таблица 1 – Структура ВВП России по отраслям экономики, в текущих ценах, в % к итогу (источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области [34])

	2018	2019	2020	2021	2022
ВВП, всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
Сельское хозяйство, рыболовство и охота	3,5	3,8	4,1	4,2	3,8
Промышленность	40,5	39,6	27,7	31,9	28,4
Строительство	6,9	6,6	5,7	5,1	4,7
Транспорт и связь	10	10,2	9,3	8,7	8,1
торговля, гостиницы и рестораны	13,5	12,9	13,5	13,8	11,7
Финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	9	9,3	15,4	14,5	13,5
Образование, здравоохранение, социальные услуги	16,1	16,9	23	21,9	18,5
Прочие услуги	0,8	0,8	1	0,9	0,8

Пензенская область имеет большую промышленную историю, а также специализацию в производстве широкого спектра оборудования для базовых секторов хозяйства страны – энергетики, транспорта, нефтегазовой промышленности, машиностроения. Согласно стратегии социально-экономического развития Пензенской области, до 2035 г., промышленный сектор нашего региона включает свыше 2 000 предприятий различных размеров, которые заняты более чем 80 тыс. работников, что составляет 21,3 % от общего числа

занятых в экономике Пензенской области, и приносят около половины налоговых доходов в различные уровни бюджета. Промышленность составляет 25 % ВРП Пензенской области. Более 450 предприятий Пензы экспортируют продукцию промышленного производства в более чем 80 стран мира. Экспорт промышленной продукции вырос на 30 % в сравнении с 2019 г. и составил 273 млн долл. США. [33].

На данный момент Пензенская область не имеет интересного туристического предложения, которое выделяло бы ее на Российском рынке. Основные Пензенские туроператоры ориентируются в основном на массовых туристических направлениях, не задумываясь о новых возможностях. Финансовая поддержка туризма в области со стороны власти используется неэффективно, так как не выстроены приоритеты развития конкретных видов туризма и конкретных туристских объектов. По нашему мнению, это значительно снижает инвестиционный потенциал региона. В данной ситуации следует направить весь интерес инвесторов в перспективу развития промышленного туризма на территории области, так как это активно развивающееся и популярное направление в России.

Пензенская область имеет большое количество ресурсов для развития данного вида туризма. В дальнейшем можно создать интересный продукт, который и станет новой визитной карточкой региона, повысит ее инвестиционную привлекательность, увеличить приток туристов и т.д.

Автор данной работы считает, что для создания позитивной туристической репутации каждый регион должен выбрать свой уникальный стиль развития индустрии, способствуя объединению различных объектов и видов туризма. Такой подход позволит создать запоминающийся образ территории и усилить ее привлекательность среди других регионов России.

Для определения перспектив развития туризма в какой-либо области, необходимо сначала оценить ее туристический потенциал. Туристический потенциал – это совокупность объектов, ресурсов, условий и возможностей

территории, которые могут быть использованы для формирования и реализации туристического продукта. Для оценки туристического потенциала важно проанализировать его составляющие и определить их иерархический порядок. развиваться в максимально возможном объеме.

Туристический потенциал определяется следующими факторами:

- имеется разработанная методология развития теории туризма в России;
- формирование и развитие рыночных отношений;
- инновационные технологии и инновации в туризме;
- инициатива направлена на развитие системы информационного обеспечения, повышение творческого потенциала и квалификацию сотрудников.

Туристско-рекреационный потенциал, туристская инфраструктура являются важными факторами для привлечения туристов в дестинацию. Потребность в туристических услугах возникает из-за их многообразия и разнообразия.

Туристические ресурсы – это природно-климатические, социокультурные, исторические, архитектурные и археологические, научные и промышленные, зрелищные, культовые и иные объекты или явления, способные удовлетворить различные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Туристический потенциал – это не только возможность использования туристических ресурсов, но и вероятность того, что они будут использованы в дальнейшем [5].

Туристские ресурсы можно разделить на следующие группы:

- 1) природно-географические;
- 2) культурно-исторические;
- 3) социально-экономические;
- 4) технические.

Далее перейдем к подробному рассмотрению туристского потенциала Пензенской области.

Исходя из рейтинга туристической привлекательности, Пензенская область в 2022 г. стоит на 46 месте и входит во вторую «серебряную» группу рейтинга, где стоит на ряду с такими регионами, как: Республика Дагестан, Республика Бурятия, Камчатский край, Республика Хакасия и многие другие популярные туристические регионы. В 2019 г. Пензенская область заняла в данном рейтинге 57 место, на ряду с Камчатский краем и Костромской областью. В 2016 г. Пензенская область занимала в данном рейтинге 63 место, что также показывает значительный рост нашей области в туризме.

Для оценки туристского потенциала Пензенской области проведем SWOT-анализ, который является одним из универсальных инструментов анализа ситуации в отрасли, и который может быть эффективно использован для разработки стратегии развития туристической отрасли в область. Проведение SWOT-анализа предполагает построение матрицы, в соответствующие ячейки которой вносятся сильные и слабые стороны отрасли, ее возможности и угрозы.

Сильные стороны включают в себя те черты, которые представляют собой дополнительные возможности, а слабые стороны представляют собой отсутствие чего-то необходимого для функционирования туризма в регионе или те элементы, которые оказывают негативное влияние на отрасль. SWOT-анализ туристического потенциала Пензенской области, проведенный нами, представлен в таблице 2.

Проведенный SWOT-анализ позволяет сделать общий вывод о том, что при региональной политике, ориентированной и наделенной ресурсами, можно нивелировать большинство слабых сторон туристического потенциала территории.

Таблица 2 – SWOT-анализ промышленного потенциала Пензенской области
(составлено автором на основе [34, 35])

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - удачное географическое положение для туристов; - хорошо развитая транспортная доступность (территория области находится в центральной части России и находится относительно не далеко крупных городов); - благоприятное сочетание природно-климатических условий для здоровья людей (равнинный рельеф, умеренно жаркое лето, умеренно холодная зима, низкая заболоченность, сравнительно высокая лесистость и др.); - богатый и разнообразный животный и растительный мир; - наличие большого количества памятников культурного наследия; - широкое развитие народных промыслов и ремесел; - наличие огромного количества промышленных предприятий в области; - наличие огромного количества религиозных объектов. 	<ul style="list-style-type: none"> - слабая заинтересованность промышленных предприятий в работе с туристами; - недостаточный уровень коммуникации предприятий с потенциальными потребителями, населением и потенциальными кадрами; - низкая частота проведения промышленных экскурсии (экскурсии проводятся только по запросу);
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - применение новых технологий; - расширение производства; - использование потенциала пензенского авиаузла для развития деловой и туристической мобильности населения. 	<ul style="list-style-type: none"> - отток профессиональных кадров; - последствия санкционных ограничений; - последствия пандемии коронавируса.

Среди факторов роста туристской привлекательности Пензенской области выделим следующие:

– уникальный потенциал природных ресурсов и культурно-исторического наследия;

– в рассматриваемой области Пензенский государственный университет готовит специалистов по специальности «Туризм», со знанием иностранных языков;

– наличие на рынке труда большого количества туристических фирм, свободной рабочей силы;

– наличие аэропорта и развитой транспортной сети.

Все это дает возможность развивать в Пензенской области следующие виды туризма:

- 1) рекреационный;
- 2) культурно-просветительский;
- 3) лечебный;
- 4) религиозный, в том числе паломнический;
- 5) спортивный;
- 6) промышленный;
- 7) сельский туризм (агротуризм);
- 8) экологический и др. [35].

Рассмотрим подробнее состояние туристской инфраструктуры Пензенской области. Имея в целом положительную динамику в плане развития туристской отрасли, Пензенская область характеризуется огромным незадействованным потенциалом для развития туризма.

Исходя из данных Росстата нами была построена диаграмма с показателями численности туристических предприятий, функционирующих в Пензенской области. Как мы видим на диаграмме ниже, численность данных предприятий с каждым годом увеличивается и с 2005 г. выросла ровно в два раза, из чего мы можем сделать вывод, что туризм в Пензенской области активно развивается и имеет отличные перспективы для дальнейшего развития. Данный показатель также указывает на рост туристской привлекательности региона [34]. По состоянию на 01.07.2021 г. на потребительском рынке Пензенской области осуществляют деятельность 97 предприятий общественного питания на 4 696 посадочных мест. Предприятий общественного питания общедоступной сети – 55 или (56,7 %), из них четыре бара (кафетериев, буфетов), закусочных – 2; кафе – 28 и 21 предприятие быстрого питания [34].

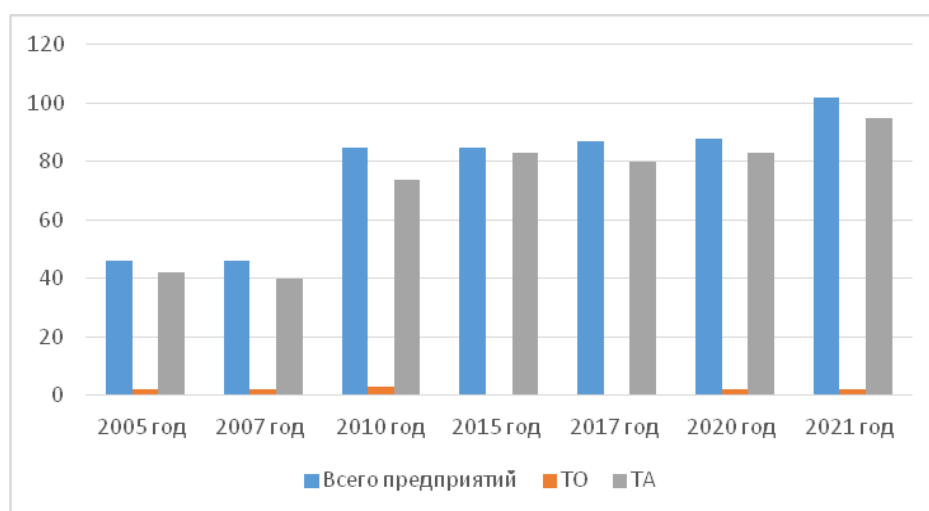


Рисунок – 7 Динамика туристических предприятий в Пензенской области
(составлено автором по данным [34])

Оборот предприятий общественного питания в Пензенской области в январе-сентябре 2021 г. составил 8 млрд 123,1 млн руб., что в сопоставимых ценах на 15,7 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. Об этом свидетельствуют данные «Пензастата». Согласно этим данным, в I квартале оборот кафе, ресторанов и баров составил 2 млрд 94,4 млн руб.: в январе – 662,4 млн, в феврале – 664,2 млн, в марте – 767,8 млн руб. [34]. Рынок общественного питания г. Пенза развивается довольно быстрыми темпами с одновременным усилением конкуренции на нем.

На данный момент рынок гостиничных услуг Пензенской области достаточно насыщен и насчитывает более 170 объектов размещения разного уровня комфортности. Среди них можно выделить следующие категории размещения: 11 гостиничных апарт-отелей, четыре общежития, 25 мини-отелей, семь гостиниц более чем на 35 номеров и четыре гостиницы более чем на 80 номеров. Общее количество номеров, без учета апарт-отелей, составляет 1 215 номеров, в том числе 1 292 номера. Более 55 % номерного фонда приходится на крупные объекты, т.е. в средствах размещения более чем на 50 номеров (гостиницы: «Буртасы», «Пенза», «Россия», «Ласточка», «HELIOPARK Residence»).

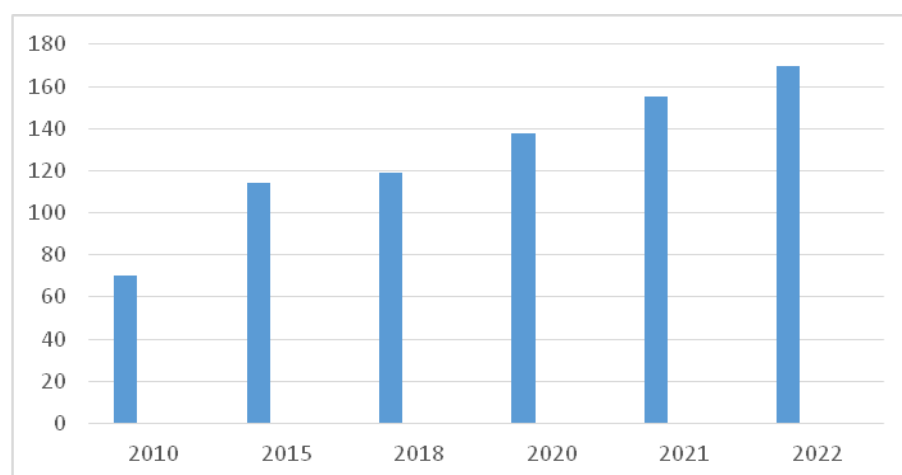


Рисунок 8 – Количество средств размещения в Пензенской области
(составлено автором по данным [34])

По данным Росстата Пензенской области мы можем наблюдать, что с каждым годом рынок средств размещения активно растет (см. рисунок 8). Далее рассмотрим социально-демографический фактор Пензенской области.



Рисунок 9 – Естественный прирост/убыль населения в Пензенской области по годам (источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области [34])

В декабре 2020 г. умерло 2006 жителей региона, что на 388 меньше, чем за аналогичный месяц минувшего года (2 394 человек). Естественная

убыль населения – 1 266 человек. Всего за 2021 г. в Пензенской области зарегистрировали смерть 25 559 жителей (22 657 – за 2020-й г.) и рождение 9 351 ребенка (9 663 – за 2020-й). Естественная убыль населения составила 16 208 человек (12 994 – в 2020-м).

По данным сайта Росстата, на 1 января 2022 г. население Пензенской области составляло 1 272 697 человек. Как мы видим, с каждым годом демографическая ситуация в нашем регионе ухудшается, все больше людей умирает. Характерной чертой Пензенской области является демографически старое население, что явилось следствием длительных демографических изменений, сдвигов в характере воспроизводства населения. Средний возраст жителей Пензенской области (по данным Росстата на 01.01.2021 г.) составляет 43,11 года, среди регионов ПФО в Пензенской области самое старое население (в РФ – 40,39, ПФО – 40,74) [20].

Исходя из этих данных, мы можем сделать вывод, что промышленный туризм может решить ряд некоторых социально-демографических проблем. Одной из таких проблем является увеличение численности уезжающих молодых трудоспособных людей из пензенской области, ведь благодаря такому туризму мы можем донести до молодых людей, что в Пензенской области имеется огромное количество промышленных предприятий с хорошими условиями для работы и достойной заработной платой, ведь большинство молодежи не знает промышленный потенциал своей области и считает, что лучше отправиться работать в более экономически-развитые города.

Что касается политической среды, основными документами Российской Федерации, которые относятся к промышленному туризму являются:

1) Федеральный Закон №132-ФЗ от 24.11.1996 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями на 30.07.2010);

2) Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016)». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 19.07.2010 №1230р;

3) Трудовой кодекс Российской Федерации. Федеральный закон №197-ФЗ от 30.12.2001;

4) Федеральный закон №166-ФЗ от 21.07.1997 «О промышленной безопасности опасных производственных объектов»;

5) Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г. (утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 №2129-р).

Стандарты:

1) ГОСТР 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»;

2) ГОСТР 50681 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг»;

3) ГОСТР 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»;

4) ГОСТР 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности»;

5) Стандарт ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» [17].

Данные документы устанавливают общие требования к туристским и экскурсионным услугам, касаясь промышленного туризма, а также закрепляют терминологию, относящуюся к промышленному туризму.

Рассмотрим подробнее информационную среду рассматриваемого рынка. На данный момент узнать различную информацию о промышленном туризме можно через два сайта:

1) <https://promtourism.ru/> Портал о промышленном туризме в РФ;

2) <https://promtourism.online/> Всероссийский Акселератор по промышленному туризму.

Далее информации крайне мало относительно промышленного туризма, связано это с тем, что данное направление туризма относительно новое и только развивается. Узнать также какую-либо информацию можно через ту-

ристические интернет порталы, которые иногда размещают у себя различную информацию касаясь промышленного туризма. Такими платформами являются: Электронные журналы «Турпром», «Турдом», «Туристер», «Профитревел», «Тинькофф журнал», «Сберпро туризм».

Рассмотрим также наличие похожих предложений на рынке и основных конкурентов. На данный момент в Пензенской области есть шесть туроператоров:

- 1) «Каникулы»;
- 2) «Дискавери»;
- 3) «Беркут»;
- 4) «Материк»;
- 5) «Лариэльтур»;
- 6) «Круиз».

На данный момент у туроператора «Беркут» и «Дискавери» есть по одному предложению – однодневный тур для школьников по музеям и промышленным предприятиям области. Туроператор «Лариэльтур» также организует экскурсионные однодневные туры по промышленным объектам Пензенской области для школьников. На данный момент промышленных турмаршрутов для другого сегмента потребителей у пензенских туроператоров пока нет.

Подводя итог конъюнктурного и стратегического анализов, стоит отметить, что рынок еще только формируется и у него есть ряд проблем, например, такие как: недостаток информации для туристов; отсутствие четко сформированной нормативно-правовой базы; малый ассортимент данных услуг у местных туроператоров. Но стоит отметить, что данный рынок имеет большие перспективы, туристская инфраструктура развита хорошо и промышленный туризм мог бы поспособствовать развитию туризма в регионе, улучшить имидж бренда компании и области в целом и т.д. Так как рынок только развивается это прекрасная возможность выйти на данный

рынок с новым продуктом, поскольку направление новое, вызывающее интерес, но нет подходящих предложений.

В 2022 г. Правительство Пензенской области подписало соглашение о сотрудничестве с «Туристическим союзом России». Вместе с Олегом Мельниченко и Сергеем Сухановым подписано соглашение о сотрудничестве в сфере туризма. Оно подразумевает комплексное развитие туристической отрасли на территории региона. Развитие проектов в сфере туризма будет способствовать созданию новых рабочих мест в регионе. Совместно с Олегом Мельниченко и Дмитрием Чернышенко при встрече было обговорены возможности оказания государственной поддержки туристическому кластеру, а также строительству объектов инфраструктуры [33].

В скором времени в Пензе начнет работу Акселерационная программа по развитию промышленного туризма. Программа ориентирована популяризировать технологический и кадровый потенциал отечественных производителей, продвинуть региональные промышленные бренды, демонстрировать достижения, продукцию, технологические процессы российских компаний. В рамках акселератора будут доступны три образовательных модуля, практические занятия, мастер-классы, экспертное тестирование, доработка и продвижение продуктов, относящихся к сфере промышленного туризма. Акселератор может оказаться интересным и полезным для региональных органов исполнительной власти, курирующих промышленность, туризм, сельское хозяйство, сферу образования; предприятий разных отраслей, фермерских хозяйств, технопарков, сотрудников особых экономических зон, представителей туристической индустрии; учащихся высших и средне-специальных учебных заведений.

Из предприятий, уже готовых принимать туристов можно выделить несколько предприятий в отрасли машиностроения и металлообработки: ООО НПП «Моторные технологии», ООО «Станкомашстрой», АО «Сердобский машиностроительный завод», АО «ПТПА» и т.д., а также

большое количество предприятий пищевой промышленности, например: ООО «Пензенские кленоварни», Пензенская кондитерская фабрика, ООО «Бековские сладости», ООО «Ванюшкины сладости» и т.д.

1) ООО НПП «Моторные технологии» занимается производством оборудования для промышленности и ритейла, моечных машин для деталей и агрегатов, установок для ремонта двигателей. Компания еженедельно организует экскурсии на свое предприятие. Основная целевая аудитория групп это школьники, студенты, бизнес-группы, туристические группы, индивидуальные туристы, иностранцы, представители и собственники бизнеса, представители ТПП и торговых представительств иностранных государств, органы власти, общественные организации и др. Сегодня компания занимает лидирующие позиции в РФ и СНГ. Основные принципы - высочайшее качество, забота о сохранении окружающей среды.

2) ООО «СТАНКОМАШСТРОЙ» входит в топ-3 крупнейших предприятий станкостроительного комплекса страны по количеству выпускаемых станков. Компания «СтанкоМашСтрой» основана в 2006 г. Сегодня это уже современное высокотехнологичное предприятие по производству металлообрабатывающего оборудования. На пензенских станках работают промышленники из Германии, Италии, Венгрии, Ирландии, Швейцарии, Дании, Монголии, Беларуси, стран Балтии, Казахстана, Узбекистана, Грузии и др. В сентябре 2020 г. впервые был заключен контракт на поставку токарного оборудования в Австралию. На базе компании «СтанкоМашСтрой» регулярно проходят экскурсии для школьников, студентов, бизнес-миссий и гостей из других регионов.

3) ООО «Пензтяжпромарматура». «ПТПА» – это специализированная компания, занимающаяся изготовлением высокотехнологичных трубопроводных систем для нефтяной и газовой промышленности. «ПТПА» - один из ведущих российских производителей трубопроводной арматуры для ответственных объектов промышленности. Данная компания осуществляет поставки

продукции в странах: СНГ, Европы, Азии, Африки, на Ближнем и Дальнем Востоке, в Латинской Америке. В число наших постоянных клиентов входят мировые компании – лидеры нефтяной, газовой, энергетической и перерабатывающей промышленности.

4) Никольский музей стекла и хрусталя. Музей стекла и хрусталя в Никольске находится в выстроенном специально для него двухэтажном здании, но прежде он занимал два небольших зала в здании заводской конторы. Существует музей с конца XVIII в. 2005 г. музей был неотъемлемой частью завода «Красный гигант», одного из старейших стекольных предприятий отечественной промышленности, известного прежде как Никольско-Бахметевский хрустальный завод. С сентября 2005 г. Никольский музей стекла и хрусталя стал филиалом Пензенской областной картинной галереи имени К. А. Савицкого. Завод в Никольске был основан в 1764 г.

5) Пензенская кондитерская фабрика. Это старейшее и крупнейшее предприятие кондитерской промышленности Пензенской области. Здесь всё точно, как в детских мечтах: озера сладких сиропов, карамельные реки и берега из батончиков. На сегодняшний день кондитерская фабрика производит более 150 наименований кондитерских изделий. За сутки предприятие производит более 100 т различных изделий.

6) ООО «Молком». Компания «Молком» – это современное производство, перерабатывающее в сутки 250 т молока. На сегодняшний день туристы имеют уникальную возможность увидеть процесс пастеризации и розлива молочной продукции. Интересно посмотреть, как всё это разливают в ПЕТ-бутылки и пакеты ТГА, а также наблюдать за изготовлением сыров. Девиз комбината: «Всегда натуральные продукты».

Таким образом, мы видим, что Пензенская действительно располагает большим потенциалом для развития промышленного туризма. Большинство предприятий успешно работают не только на Российском рынке, но и также популярны за рубежом. На территории региона располагается огромное ко-

личество промышленных предприятий, некоторые из которых уже готовы и активно принимают туристов. При грамотном подходе, у Пензенской области есть все шансы для создания нового уникального продукта по промышленному туризму.

Промышленный туризм следует рассматривать как один из важнейших инструментов для преодоления сложившейся ситуации. В широком смысле слова, промышленный туризм представляет собой организованную систему реализации туристических туров на промышленные предприятия.

2 Стратегические направления и практические рекомендации по развитию промышленного туризма

2.1 Основные проблемы развития промышленного туризма в Пензенской области. Стратегические направления организации системы промышленного туризма в регионах

В настоящее время в Пензенской области возникают проблемы с организацией экскурсий на промышленные предприятия города. Трудности различны: от низкого интереса предпринимателей и руководителей к показу производственного процесса, до наличия ограничений, препятствующих демонстрации производства с учетом санитарных правил. Также возникают проблемы в связи с отсутствием квалифицированного персонала, который мог бы предоставить о компании, о производстве, технологии и т. д. Подробную информацию о компаниях, которые регулярно готовы принимать туристов, можно найти в приложении А.

Для того, чтобы понять основные факторы, которые сдерживают развитие промышленного туризма именно со стороны самих предприятий нами был создан опрос и распространен с помощью Торгово-промышленной палаты по всем промышленным объектам. С анкетой, созданной для опроса промышленных предприятий можно ознакомиться в приложение Б. Всего в опросе приняло участие 13 промышленных предприятий. Согласно результатам опроса, все респонденты отметили, что предприятиям необходимо субсидирование со стороны государства, многие заинтересованы в организации промышленных экскурсий на предприятия, но сдерживающими факторами у множества респондентов являются:

- 1) нехватка кадров;
- 2) отсутствие помещения под музейную комнату;
- 3) разработка новой рекламной продукции и раздаточного материала;

4) изменение ТБ на предприятии (см. рисунок 10)

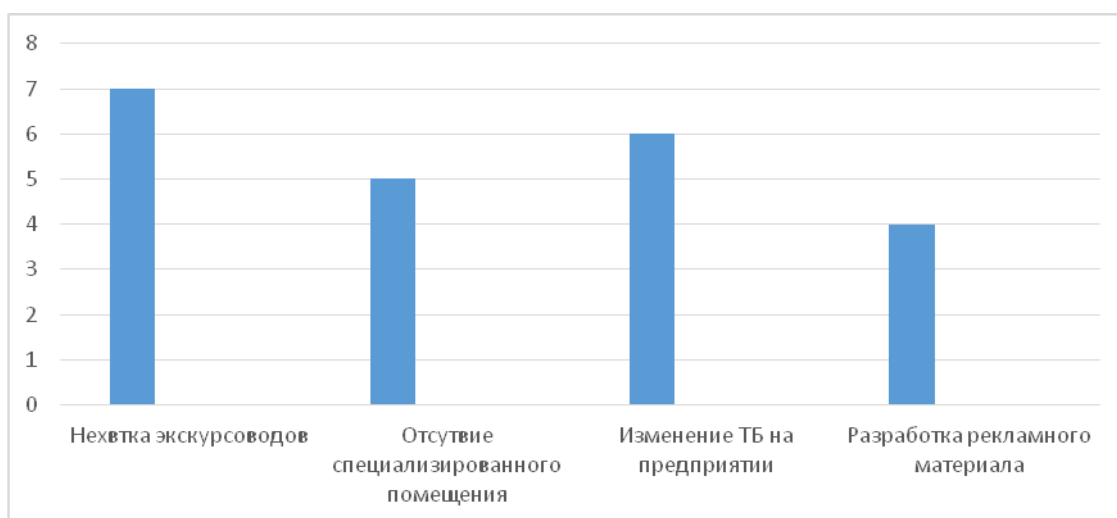


Рисунок 10 – Результаты опроса по факторам, сдерживающим развитие промышленного туризма по мнению предприятий (составлено автором на основе результатов опроса)

Многие опрошиваемые предприятия до сих пор думают, что промышленный туризм не сможет должным образом повлиять на экономическую активность предприятия.

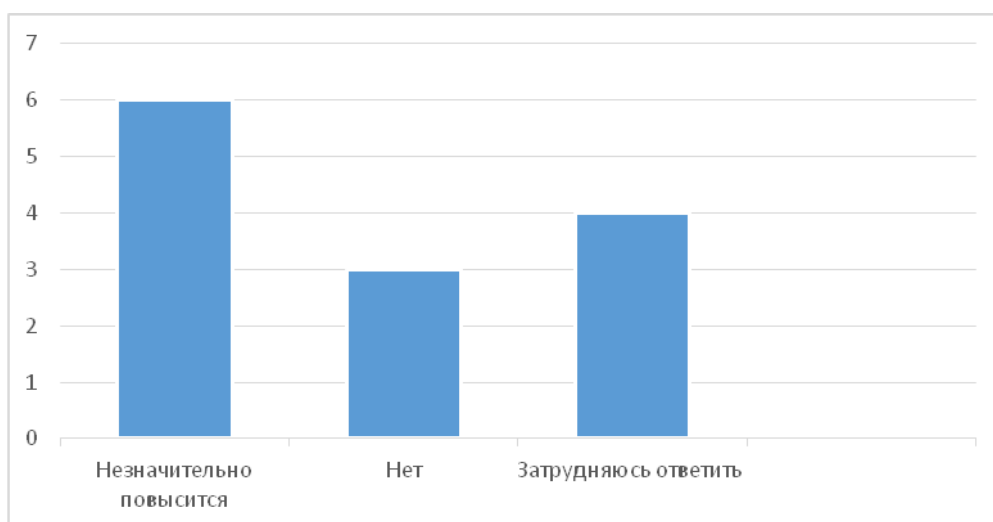


Рисунок 11 – Мнение респондентов о том, повысится ли рентабельность от участия в реализации программы регионального промышленного туризма (составлено автором на основе результатов опроса)

Также в ходе опроса почти все опрашиваемые предприятия ответили, что для развития промышленного туризма организациям необходима поддержка и субсидирование со стороны органов государственной власти, что также является сдерживающим фактором.

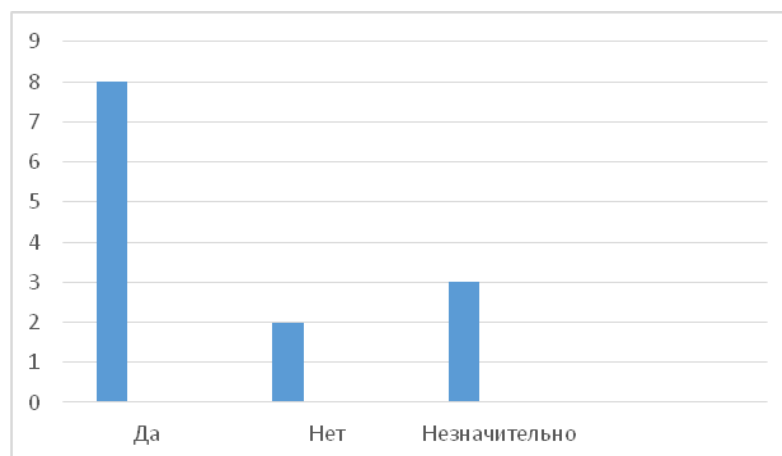


Рисунок 12 – Ответ респондентов, необходимо ли им субсидирование части затрат (составлено автором на основе результатов опроса)

Таким образом мы можем с вами наблюдать, что большинство промышленных предприятий не заинтересованы в данной региональной программе, так как не представляют и не видят для себя возможностей в увеличении рентабельности предприятия. Также есть множество сдерживающих факторов, которые мешают беспрепятственно организовывать экскурсии на своих предприятиях. В этом случае на помощь может прийти поддержка и субсидирование со стороны государственных учреждений.

Промышленный туризм на региональном уровне требует комплексного подхода, включающего в себя формирование целей и задач, создание туристского продукта и проведение дополнительных мероприятий для успешного развития этого вида туризма. Органы власти должны проявлять инициативу и оказывать содействие на всех этапах его реализации, предоставляя экспертную оценку и финансирование, организуя туристический поток и проводя различные программы для туристов (см. рис. 13).

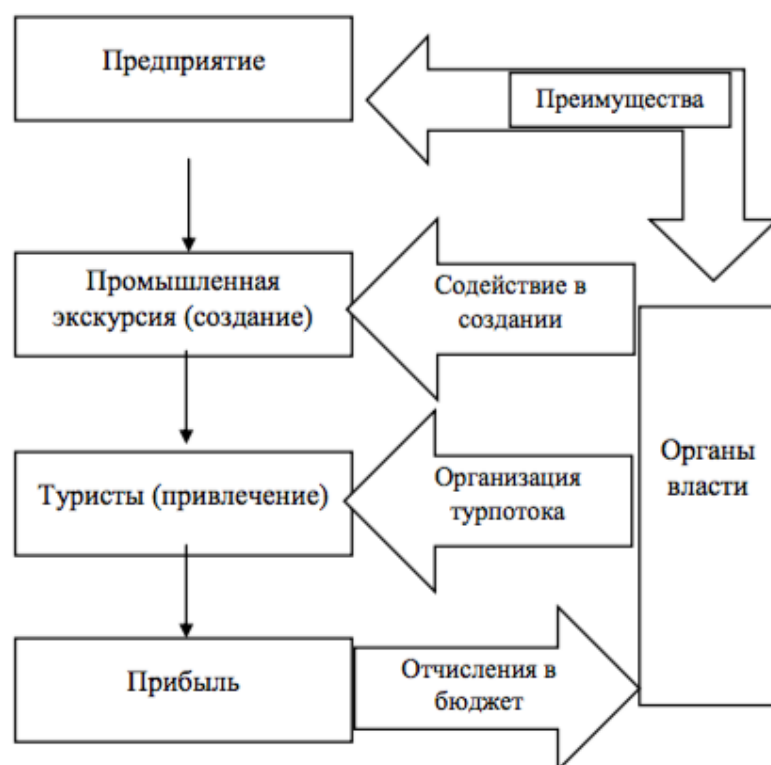


Рисунок 13 – Схема взаимодействия промышленных предприятий и органов власти при организации промышленного туризма
(составлено автором на основе [10])

В конечном итоге, когда проект запущится, прибыль будет получена как непосредственно от услуг, так и косвенно от положительного эффекта на имидж компаний. Прямая прибыль будет получена от продажи билетов на экскурсии, сувениров и продукции, а косвенная прибыль будет получена от улучшения качества продукции и увеличения объема продаж. Преимущества промышленного туризма для компаний включают дополнительный доход и положительный эффект на имидж компании. Для органов власти, преимущества включают получение дополнительных средств, маркетинг территории, создание новых рабочих мест и контроль производимой продукции. Министерству культуры и туризма Пензенской области можно предложить активно взаимодействовать с промышленными предприятиями в регионе.



Рисунок 14 – Схема взаимодействия промышленных предприятий и
Министерства культуры и туризма Пензенской области
(составлено автором на основе [10])

Более того, это может быть сотрудничество с потенциальными инвесторами и партнерами по бизнесу. Для Министерства культуры Пензенской области данная интеграция способствует повышению имиджа территории, созданию новых проектов; участию в социально значимых проектах. Этот процесс важен потому, что он помогает определить потребности потенциальных туристов не только в посещении предприятий и экскурсий, но и в возможности сочетать посещения нескольких регионов или достопримечательностей с предоставлением услуги питания для гостей, что делает тур более привлекательным. Данный турпродукт поспособствует увеличению потока туристов, дополнительному доходу, а также рекламе производимой продукции [13]. Для успешного развития промышленного туризма необходимо прежде всего опираться на следующие стратегические направления, представленные на рисунке 15. Рассмотрим каждое направление подробнее.

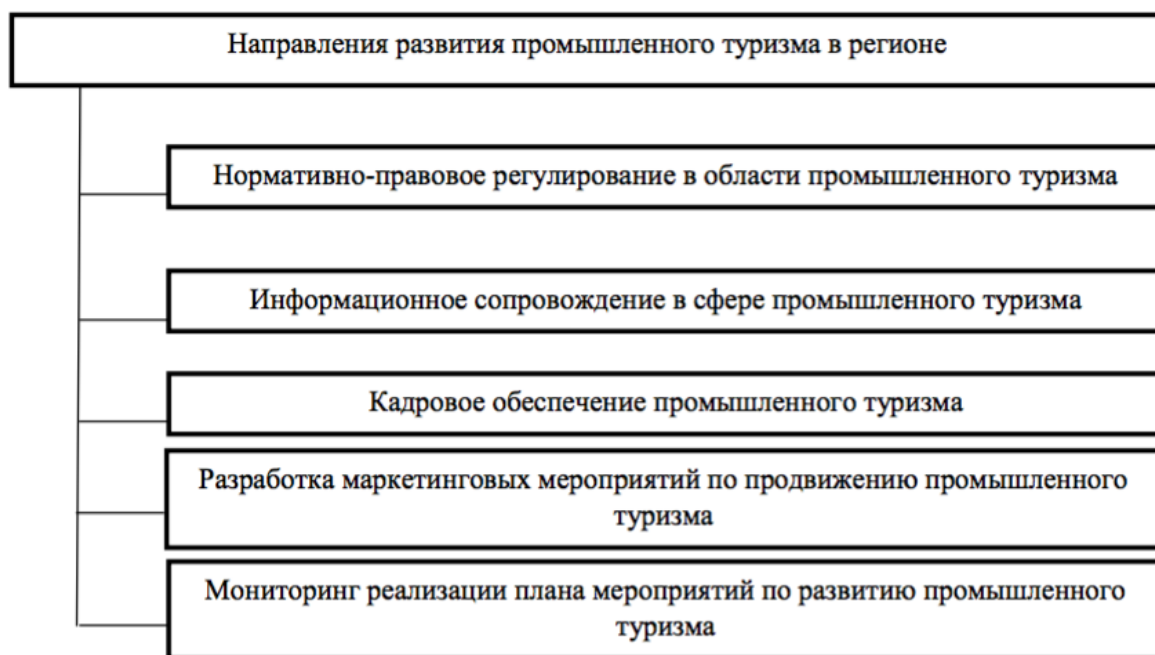


Рисунок 15 – Основные направления развития промышленного туризма на региональном уровне (составлено автором на основе [10])

Первое направление «Нормативно-правовое регулирование» связано с созданием правил и стандартов для промышленного туризма. Целью является осуществление ряда официальных действий, которые будут регулировать эту сферу деятельности в конкретном регионе. Мероприятия могут включать разработку стандартов безопасности, определение инструкций и методических указаний, а также предоставление различных льгот и субсидий для поддержки туроператоров, которые предоставляют туристические программы в этом направлении.

Второе направление под названием "Информационное сопровождение в сфере промышленного туризма" заключается в использовании информационных технологий для улучшения качества и количества услуг в этой отрасли на региональном уровне [9]. Реализация данного направления может включать в себя создание интернет-ресурса, презентаций и путеводителя по промышленному туризму, а также программное обеспечение для сопровождения промтуризма. Все это позволит туристам

получить необходимую информацию и улучшить качество обслуживания.

Для удобства размещения информации о промтуризме в Пензе предлагается создать интернет-портал, который будет размещаться на туристическом портале "WELCOME2Penza". Раздел будет включать в себя несколько основных категорий: экскурсионные маршруты и объекты промышленного туризма, а также фотогалереи. Каждый раздел будет содержать подробную информацию о промышленных предприятиях области, где можно провести интересные и познавательные экскурсии различных видов, а также о маршрутах и дополнительных услугах. На сайте будут доступны фото и видеоотчеты с проведенных экскурсий и отзывы участников.

Эффективность раздела может оцениваться по количеству просмотров и кликов, времени проведенного на сайте посетителями, отзывам посетителей сайта. Для повышения эффективности необходимо постоянно обновлять и корректировать информацию, вносить изменения в наиболее интересное содержание с помощью статистики.

Третье направление организации промышленного туризма – подготовка кадров. Оно включает в себя обучение работников предприятий и профессиональных гидов особенностям промышленных экскурсий, введение соответствующих дисциплин в образовательные программы, проведение обучающих семинаров, курсов, мероприятий, привлечение студентов для проведения экскурсионных маршрутов.

Четвертое направление – разработка маркетинговых мероприятий, включающих проведение исследований, разработку новых туристических продуктов, формирование спроса и стимулирование сбыта, разработку медиа плана, обеспечение онлайн ознакомления с объектами туризма и организацию SMM.

Пятое направление включает в себя оценку количественных и качественных показателей, мониторинг СМИ, тактическое и стратегическое

планирование развития промышленного туризма в регионе.

На основе всего выше сказанного можно выделить, что для продвижения промышленного туризма необходимо проводить анализ мировой практики, включать его в стратегические планы, создавать рабочие группы и формировать информационное пространство. Необходимо ориентироваться на информационную открытость всех компаний в регионе для повышения конкурентоспособности и устойчивости в долгосрочной перспективе.

Таким образом, для стимулирования развития промышленного туризма мы разработали для Министерства культуры и туризма Пензенской области стратегические решения, в них входят мероприятия, направленные на интеграцию субъектов туристской деятельности и представителей промышленности региона, а также определение пилотного предприятия и маркетинговой стратегии для развития промтуризма в регионе. Данные мероприятия способствуют решению возникающих трудностей у организаций при разработке и реализации промышленных экскурсий на своем предприятии.

2.2 Создание промышленного турмаршрута на примере Пензенской области

Основной экономической деятельностью Пензенской области является промышленное производство. По данным Торгово-промышленной палаты Пензенской области на 2022 г., в промышленном секторе действует около 250 крупных и средних предприятий, на которых работает более 90 тысяч человек, что составляет 23 % от общей численности работающих в регионе. Промышленность является основным источником доходов в бюджете области, обеспечивая более 50 % налоговых поступлений. Промышленное производство формирует четверть валового регионального продукта. Самыми крупными отрас-

лями производства являются производство пищевых продуктов, компьютеров, машин и оборудования, не включенных в другие группировки, бумаги и бумажных изделий, готовых металлических изделий и электрооборудования. Предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности производятся широкий спектр продукции, включая кондитерские изделия, молоко и кисломолочную продукцию, сыры, колбасы, мясные полуфабрикаты, мясо птицы, сахар, хлебобулочные изделия, алкоголь и безалкогольные напитки, пиво и другие товары.

Исторически Пензенская область имеет промышленную специализацию в производстве пищевых и кондитерских изделий. В качестве одного из предполагаемых мероприятий по развитию промышленного туризма в Пензенской области, мы предлагаем создать оригинальный промышленный турпродукт по пищевым предприятиям Пензенской области.

Основанием для создания тура по Пензенской области послужили следующие статистические данные:

- 1) Более 50 % россиян находят промышленные экскурсии важными и интересными;
- 2) Более 80 % жителей страны разных возрастов заинтересованы в посещении промышленных объектов [27].

При организации промышленного тура необходимо учесть базовые элементы, такие как места проживания и транспортное обслуживание, а также особенности экскурсий, включая действующие промышленные предприятия и объекты промышленной истории. Однако, при планировании следует учитывать расписание работы промышленных объектов, которые в большинстве случаев работают в будние дни.

1) Проект.

Цель: создать новый, уникальный промышленный турпродукт по Пензенской области. В процессе создания тура основная цель была сделать его удовлетворяющим познавательные и профориентационные цели потен-

циальных туристов. Основными задачами разрабатываемого промышленного турпродукта будут являться:

- развитие туризма в Пензенской области;
- обмен опытом между Пензенским и другими регионами;
- увеличить турпоток в регион, сглаживая сезонность;
- привлечение внимания инвесторов к промышленным предприятиям;
- создать новый бренд области как «центр промышленного туризма».

Потенциальными потребителями турпродукта будут выступать инвесторы и деловые партнеры. Также представленный турпродукт можно незатруднительно преобразовать в тур для школьных групп старше 14 лет с незначительными изменениями в порядке проведения экскурсий.

Название турпродукта – «Сладкая жизнь в Пензенской области».

Идея турпродукта – показать Пензенскую область с новой для туристов стороны, познакомить их с новым форматом экскурсий «без отрыва от производства». Проект также нацелен на местных жителей и жителей других регионов. С программой разрабатываемого промышленного турмаршрута можно ознакомиться в таблице 3.

Данный турпродукт ориентирован на инвесторов и деловых партнеров, а также жителей соседних регионов. При желании тур можно модернизировать под местных жителей и школьных групп исключив из продукта проживание в отеле. Данный продукт для начала будет функционировать в период с мая по октябрь, в силу более благоприятной погоды. В дальнейшем планируется сделать данный продукт круглогодичным. Ориентировочное количество в группа может составлять 10 человек. При желании также можно как уменьшить, так и увеличить количество туристов и заказать более подходящее авто для трансфера.

Таблица 3 – Программа промышленного тура «Сладкая жизнь в Пензенской области» (составлено автором)

1 день (Пенза) Первый день предполагает встречу экскурсантов у памятника Первопоселенца, обзорную экскурсию и посещение промышленного объекта, а также обратный трансфер в Пензу к отелю «Heliopark».	
Время	Место
9:40-10:00	Встреча группы у памятника Первопоселенца
10:00-12:00	Обзорная экскурсия по центру города
12:00-13:00	Обед
13:00-13:30	Свободное время (сбор у трансфера)
13:30-14:00	Трансфер до кондитерской фабрики «Ванюшкины сладости»
14:00-15:30	Экскурсия по кондитерской фабрике «Ванюшкины сладости»
15:30-16:00	Свободное время (сбор у трансфера)
16:00-17:20	Трансфер до Пензы
17:20-17:30	Прибытие в Пензу к отелю «Heliopark»
2 день (Бековский район) Второй день предполагает отправление туристов в Бековский район и посещение двух промышленных пищевых предприятия, а также обратный трансфер в Пензу на станцию привокзальной площади «Пенза-1».	
09:40-10:00	Сбор группы у отеля «Heliopark»
10:00-12:30	Трансфер до Бековского сахарного завода
12:30-13:30	Прибытие в Бековский сахарный комбинат и проведение экскурсии
13:30-14:00	Дегустация продукции «Бековский сладости»
14:00-14:30	Свободное время (сбор у трансфера)
14:30-15:00	Трансфер до ООО «Пензенские кленоварни»
15:00-16:30	Прибытие в ООО «Пензенские кленоварни» и проведение экскурсии
16:30-17:00	Проведение мастер-класса
17:30-18:00	Свободное время (сбор у трансфера)
18:00-20:30	Трансфер до Пензы
20:30-20:40	Прибытие на привокзальную площадь станции Пенза-1

2) Описание турпродукта.

В рамках создания данной выпускной работы автором был разработан двухдневный туристский маршрут по Пензенской области с посещением пищевых промышленных объектов. Так как наш продукт не привязан к определенному сегменту туристов, продукт можно реализовывать круглогодично.

В первый день нашей программы мы предлагаем туристам отправиться на пешеходную обзорную экскурсию, где туристы смогут узнать об истории и культуре города, и самой области. Туристам также расскажут об известных личностях региона и их вкладе в историю и культуру Пензенской области (см. рисунок 16).

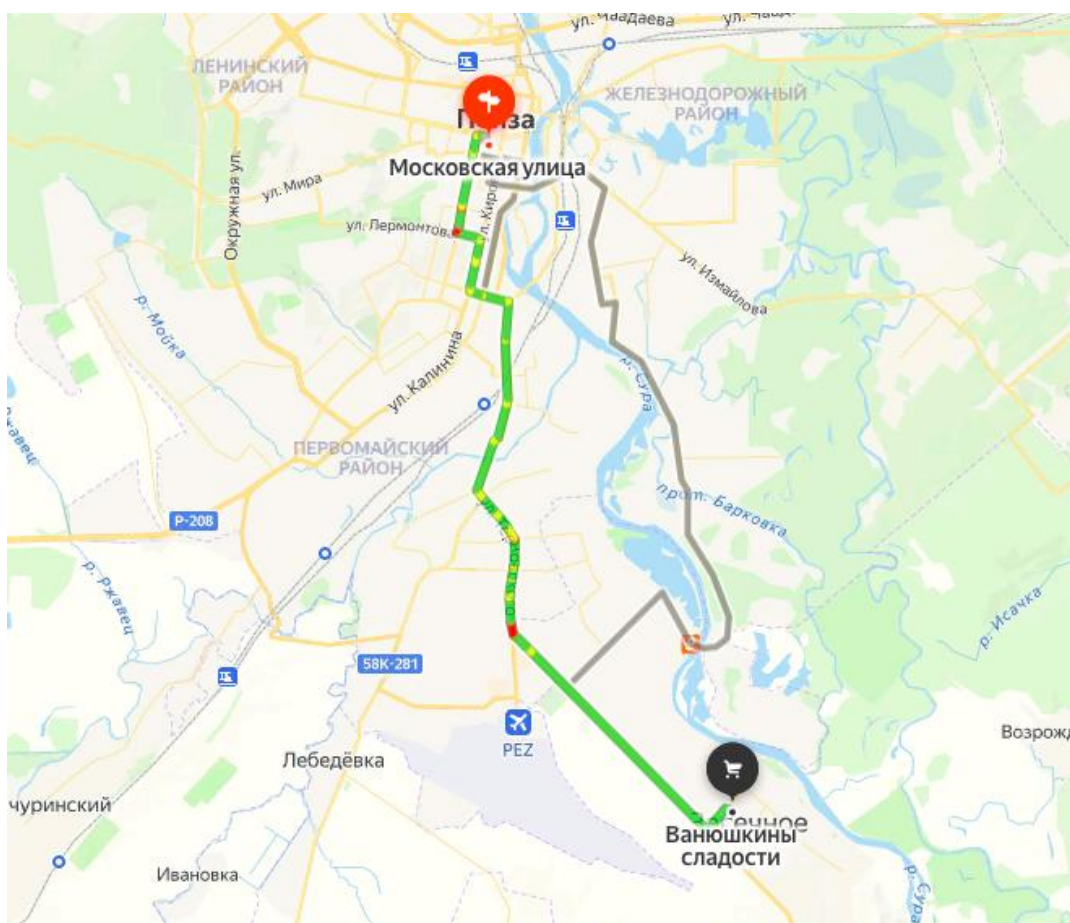


Рисунок 16 – Схема маршрута первого дня

Средняя продолжительность экскурсий составит 1 ч. Место сбора туристской группы будет на обзорной площадке возле памятника Первопоселенцу в 09:00.

Встреча с экскурсантами состоится в 10:00 у памятника Первопоселенца. Туристы узнают об истории Пензы и почему он так называется. Группе будет показана сохранившаяся часть земляного оборонительного вала, находящегося на противоположной стороне улицы, рассказано об истории создания Памятника Первопоселенцу и об инициаторе его сооружения – Георгии Васильевиче Мясникове, который также внес немалый вклад в историю нашего города и является автором идеи и создателем Музея одной картины. Экскурсанты узнают увлекательную информацию об особенностях данного музея и формате его работы. По желанию туристов, можно будет включить посещение данного музея в программу тура.

Далее группа отправится на соборную площадь, где также узнает много интересного об истории Пензенской области и далее направится по пешеходной улице города – улице Московская. В рамках прогулки по улице экскурсанты узнают, как раньше называлась данная улица и по какой причине ее переименовали, узнают историю, связанную со Степаном Разиным и Емельяном Пугачевым. Сам памятник Емельяну Пугачеву экскурсанты смогут увидеть в начале пути по улице Московской. Прогулка по улице Московской будет сопровождаться остановками у различных памятников: скульптура «Пензяк толстопятый», памятник ювелиру, градусник, памятник Д. В. Давыдову и т.д. Обед группы запланирован в кафе «Лу-Лу» на ул. Московская 27 ориентировочно с 12:00 до 13:00, после чего у туристов будет свободное время.

Далее в 13:30 туристы отправляются на групповом трансфере на кондитерскую фабрику «Ванюшкины сладости». К 14:30 группа прибывает на кондитерскую фабрику. На данный момент предприятие производит более 800 наименований. При производстве продукции используется натуральное,

экологически чистое сырье и современное оборудование, благодаря чему качество выпускаемых кондитерских изделий остается неизменно высоким. Плюсы продукции оценили постоянные потребители во многих регионах России, странах СНГ и многих других странах.

Кондитерская фабрика «Ванюшкины сладости» сертифицирована по мировому стандарту качества ХАССП (ИСО 22000) и FSSC 22000 версия 5.1 и является постоянным участником и победителем крупнейших выставок отрасли: «ISM», «SIAL», «Продэкспо», «WorldFood Moscow» и др. По окончании экскурсии туристы отправляются на групповом трансфере обратно в Пензу к средствам их размещения [20]. По окончании экскурсии туристов будет ждать групповой трансфер, который отвезет туристов в отель «Heliopark».

Таким образом, первый день нашего туристского маршрута по Пензенской области будет включать в себя повествование об основании г. Пенза, о знаменитых личностях, который были связаны с Пензенской областью и внесли особый вклад в ее историю и культуру. А также туристы познакомятся с крупнейшим кондитерским предприятием Пензенской области.

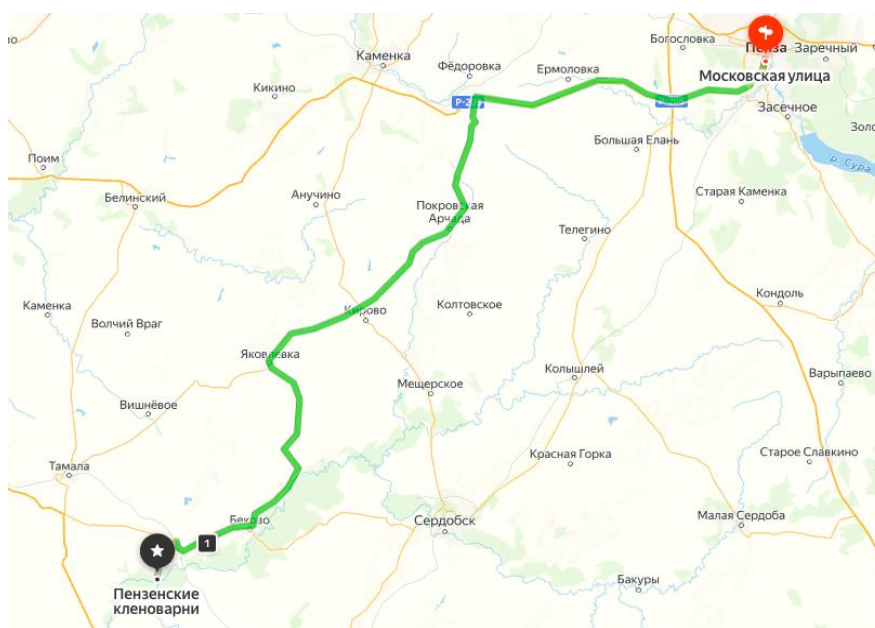


Рисунок 17 – Схема маршрута второго дня

Второй день нашей программы будет посвящен промышленным пищевым предприятиям Бековского района – ООО «Пензенские Кленоварни» и ООО «Бековские сладости» (см. рисунок 17). Встреча группы будет назначена на 10.00 у отеля «Heliorpark». Туристская группа отправится в Бековский район, который находится в 160 км от города Пенза. Расчетное время в пути составит 2 ч 30 мин.

К 12:30 туристы прибывают на «Бековский Пищекомбинат», после чего туристы отправляются на экскурсию. Компания «Паллада» является официальным дилером фабрики кондитерских изделий «Бековский Пищекомбинат». Бековский сахарный завод создан в 1956 г. С момента основания компания добилась небывалых высот – переоснастила производственные помещения, расширила ассортимент и территорию поставок товара. Фирма позиционирует себя как хранитель настоящих домашних сладостей по рецептам ГОСТ. Продукция марки продается практически во всех регионах России и Ближнего зарубежья, а ее высокое качество подтверждено многочисленными наградами и дипломами с престижных тематических выставок и конкурсов. Далее для туристов организуется дегустация продукции [18]. По окончании программы туристы отправляются на групповом трансфере до следующей точки маршрута – ООО «Пензенские кленоварни». Время в пути составит примерно 30 мин.

К 15:00 туристы прибывают на экскурсию на производство «Пензенские кленоварни». ООО «Пензенские кленоварни» – это первое промышленное производство натурального кленового сиропа в России, которое функционирует с 2017 г. и относится к малому бизнесу. Производство включает 1 700 Га лесных насаждений и около 900 м² производственных и складских помещений суммарно.

Кленоварня в Пензенской области – единственное промышленное производство кленового сиропа в СНГ и возможность показать гостям весь процесс производства настоящего сиропа. Экскурсионная программа состоит

из экстремального внедорожного маршрута к кленовому лесу через реки, поля и болота на подготовленной технике, возможности посетить и сфотографировать лес, опутанный трубами для сбора сока, провести дегустацию локальных блюд с кленовым сиропом, обучиться самостоятельной добыче сока и варке кленового сиропа. По окончании экскурсии туристы отправляются на групповом трансфере обратно в Пензу на привокзальную станцию Пенза-1 [28].

В стоимость входит:

- проживание в номере категории стандарт;
- трансфер;
- питание: завтрак в отеле, обед;
- экскурсионное сопровождение на протяжении двух дней;
- экскурсионное обслуживание по программе;
- входные билеты по программе.

В стоимость не входит:

- билеты на поезд/самолет до г. Пенза;
- трансфер из аэропорта / ж/д вокзала в первый день;
- дополнительные услуги;
- медицинская страховка;
- питание: ужины;

С дополнительными услугами по можно ознакомиться на рисунке 18.

В соответствии с требованиями ГОСТ 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» для нового турпродукта автором данной выпускной квалификационной работы была разработана необходимая документация: технологическая карта туристского путешествия (Приложение В), информационный лист промышленного турпродукта (Приложение Г) и паспорт трассы туристского похода (Приложение Д) [1].

Название	Описание	Стоимость руб.	Номер дня
Встреча и трансфер на ж/д вокзале или в аэропорту г. Пенза	Встреча с табличкой названия тура, трансфер на комфортабельном автомобиле	900	1 и 2
Экскурсия в «Музей одной картины»	В единственном в мире музее выставляется лишь одна картина. По версии российского издания журнала "Forbes" (2011), Музей одной картины входит в число шести примечательных музеев мира, посвященных одной вещи, которые заслуживают внимания каждого.	Школьники –100 Взрослые -200	1
Экскурсия в «Дом-музей Мейерхольда»	Экспозиция рассказывает о жизни семьи Мейерхольда в Пензе, о его гимназических годах и первых шагах на сцене, а также о новаторском творчестве и трагической судьбе мастера. Хранилище Центра содержит около 10 тыс. единиц основного фонда. располагает уникальными, не опубликованными документами, рукописями, фотоархивом.	Школьники – 100 Взрослые – 200	1

Рисунок 18 – Дополнительные услуги и экскурсии (составлена автором)

Таким образом, нами был разработан туристский маршрут по промышленным пищевым предприятиям Пензенской области. Целью проведения данного маршрута является стимулирование экономического роста территории, повышение ее инвестиционной привлекательности, а также имиджевой составляющей туристского потенциала области. продвижению и формированию регионального бренда и демонстрации успешных предприятий.

2.3 Расчет стоимости тура

Важным этапом, завершающим процесс организации экскурсии, является расчет ее стоимости. Если говорить о затратном методе, то он основывается на общей стоимости турпродукта. Нижняя граница ценового диапазона – это нижний предел цены. Еще одним преимуществом этого метода является

его простота и эффективность. В этом случае цена на турпродукт значительно снизится. Применение этого метода в конкурентной борьбе создает условия, снижающие ценовую конкуренцию.

Стоимость тура зависит от того, будет ли это группа или индивидуальный турпакет. Как правило, туристический продукт состоит из комплекса услуг для туристов и сопровождающих их лиц. Индивидуальное посещение стоит дороже, чем групповое. Групповые туры могут быть организованы как индивидуально, так и в составе группы. Для того чтобы рассчитать стоимость маршрута, используется формула 1.

$$\text{Цена одного тура} = \frac{\text{цена турпродукта}}{\text{кол. — во туристов в группе}} \quad (1)$$

Стоимость экскурсии складывается из следующих прямых затрат: аренда транспортного средства (автобус), услуги экскурсовода, стоимость экскурсий на предприятии.

Разрабатываемый турпродукт рассчитан на групповую поездку от 10 человек и более. Транспортная компания «Метрор58» предоставляет услуги по аренде микроавтобуса, стоимость которого составляет около 18 000 рублей за двое суток. Также следует учитывать стоимость услуг экскурсовода за сопровождение и проведение обзорной экскурсии по Пензе, которое составляет 4 800 руб. за двое суток.

После анализа рынка туризма в Пензенской области, было решено продавать турпакет "Сладкая жизнь в Пензенской области" через туроператора "БЕРКУТ" реестровый номер РТО 013970, который имеет большой опыт в продаже разных типов туров на региональном рынке. Чтобы покрыть расходы, мы добавили в стоимость НДС в размере 20 % и наценку в 15 %.

Таким образом, средняя стоимость за промышленный турмаршрут «Сладкая жизнь в Пензенской области» на группу 10 человек составляет

125 280 руб. Стоимость тура на одного человека составляет 12 530 руб. Данная стоимость объясняется достаточно дорогим транспортным обслуживанием. Среднюю стоимость разрабатываемого турпродукта можно увидеть в таблице 4.

Таблица 4 – Средняя стоимость экскурсии (составлено автором)

Услуга	Стоимость на 1 чел., в руб.	Стоимость на группу (10 чел.), в руб.
Транспортные услуги	1 800	18 000
Проживание + завтрак	5 000	50 000
Экскурсионное обслуживание	480	4 800
Питание (обед)	350	3 500
Экскурсия на кондитерскую фабрику «Ванюшкины сладости»	550	5 500
Экскурсия на Бековский пищекомбинат + дегустация	600	6 000
Экскурсия на ООО «Пензенские кленоварни»	500	5 000
Итого себестоимость	9 280	92 800
НДС 20 %	1 856	18 560
Прибыль 15 %	1 393	13 920
Итоговая стоимость тура	12 530	125 280

Для экономического обоснования рентабельности данного турпродукта были произведены следующие расчеты.

Индивидуальные расходы на группу – это транспортные услуги, экскурсионные услуги.

Индивидуальные услуги на группу – это проживание, питание, экскурсии на промышленные предприятия.

Итого на группу индивидуальных расходов: 22 800 (руб.)

Итого на группу групповых расходов: 70 000 (руб.)

– Всего: 92 800 (руб.)

Для прибыли организации и выплаты агентских комиссионных закладывается 25 % .

– Итого стоимость на группу: $92\,800 \times 1.25 = 116\,000$ (руб.)

– Итого на человека: $116\,000 / 10 = 11\,600$ (руб.)

Выручка организации за сезон: планируется реализовывать две группы в месяц на протяжении шести месяцев (май, июнь, июль, август, сентябрь, октябрь).

Итого сезонная выручка: $116\,000 \times 2 \times 6 = 1\,392\,000$ (руб.)

Маржинальность турпродукта рассчитывается по формуле 2.

Переменные затраты состоят из затрат на экскурсии на промышленные объекты, услуг размещения, услуги питания = 70 000 (руб.)

Постоянные затраты состоят из затрат на работу гида-сопровождающего, на транспорт = 22 800 (руб.)

Также, если группа небольшая, то можно использовать более экономичный микроавтобус вместо автобуса, чтобы уменьшить постоянные затраты. Если группа большая, то можно выбрать больший автобус, но это увеличит постоянные издержки, что потребует более высокой точки безубыточности.

$$\text{Маржинальность} = \text{пост.затраты} + \text{перем.затраты} \quad (2)$$

Маржинальность турпродукта составляет: 92 800 (руб.)

Далее рассчитаем валовую маржинальность по формуле 3.

Сумма пер. затрат на сезон = $70\,000 \times 2 \times 6 = 840\,000$ (руб.)

$$\text{Вал. марж.} = \text{сез. выручка} - \text{сумм. пост. затрат} \quad (3)$$

Валовая маржа = $1\,392\,000 - 840\,000 = 552\,000$ (руб.)

Далее нам необходимо определить удельный вес валовой маржинальности по формуле 4.

$$\text{Удельный вес} = \frac{\text{вал. марж.}}{\text{сез. выручка}} \quad (4)$$

Итого удельный вес = $552\,000 / 1\,392\,000 = 0,39$

Далее нам необходимо рассчитать порог рентабельности по формуле 5.

$$\text{Порог рентабельности} = \text{пост. затраты} \times \text{удельный вес} \quad (5)$$

Сумма постоянных затрат за сезон = $22\,800 \times 2 \times 6 = 273\,600$ (руб.)

Порог рентабельности = $273\,600 / 0,39 = 701\,540$ (руб.)

Нужно отправить не менее шести групп за сезон. Рассчитаем чистую выручку по формуле 6.

$$\text{Чист. выручка} = \text{сез. выручка} - \text{сумм. затрат} \quad (6)$$

Итого чистая выручка: сезонная выручка – сумма всех затрат = $1\,392\,000 - (92\,800 \times 2 \times 6) = 1\,392\,000 - 1\,113\,600 \text{ руб.} = 278\,400$ (руб.)

Последнее действие – расчет точки безубыточности по формуле 7.

$$\text{Точка безубыт.} = \frac{\text{Постоянные расходы}}{(\text{цена} - \text{переменные расходы на 1 ед. продукта})} \quad (7)$$

Итого точка безубыточности = $22\,800 / (12\,530 - 7\,000) = 2,8 = 4$ человека.

Поскольку расчеты показали, что создание данного турпродукта имеет экономическое обоснование, его продажа будет осуществляться через прямые продажи в офисе туроператора, сайт туроператора с онлайн оплатой и

продажи через туристические агентства. В качестве малозатратных мероприятий для продвижения турпродукта можно использовать создание и рассылку предложений постоянным клиентам, обзвон потенциальных клиентов и продвижение на сайте и в социальных сетях. Для рекламы турпродукта можно использовать интернет-ресурсы (социальные сети, поисковые системы), СМИ и активное участие в мероприятиях, организованных государственными органами, чтобы повысить осведомленность общественности о деятельности компании в этом направлении.

Таким образом, нами был создан уникальный промышленный турмаршрут по Пензенской области, который способствует решению ранее выявленных нами проблем. Целью разработки данного продукта является развитие туризма и промышленности в Пензенской области, увеличение турпотока в регион и в дальнейшем его равномерное распределение. Основной целью данного турмаршрута является создание нового бренда области как «центра промышленного туризма» и привлечение внимания инвесторов, заключение выгодных договоров. Мы произвели расчет стоимости тура и также экономически обосновали его рентабельность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Промышленный туризм в России еще не полностью развит, но уже нашел свою нишу и интересен для разных групп людей. Он объединяет образовательные, профессиональные и познавательные характеристики при организованных визитах на действующие и прошлые промышленные предприятия. Рассмотрев опыт зарубежных стран, мы видим, что основой успеха является тесное взаимодействие органов государственной власти и промышленных предприятий и что в России данный вид туризма также сможет выступить как механизм развития многих регионов, в особенности промышленных. На практике уже есть несколько удачных примеров развития промышленного туризма в регионе, которым может выступать, например, рассматриваемая Кемеровская область.

В результате рассмотрения социально-экономических условий Пензенской области автором выявлены факторы для развития промышленного туризма, среди которых:

- активно развивающаяся туристская инфраструктура области;
- богатый промышленный комплекс;
- выгодное расположение и хорошая транспортная доступность;
- хорошо развитый культурно-познавательный туризм.

Это позволяет говорить о том, что Пензенская область обладает хорошим промышленным потенциалом, и в совокупности с хорошо развитым уровнем туристской инфраструктуры имеет значительные предпосылки для формирования и развития промышленного туризма.

Цель данной выпускной квалификационной работы заключается в создании рекомендаций для государственных органов Пензенской области о том, как развивать промышленный туризм. После изучения современного состояния рынка такого туризма, я обнаружил, что основная проблема заключается в том, что мало кто знает о нем, и государственные органы пока не за-

интересованы в его развитии. Для того, чтобы промышленный туризм был успешно развит в Пензенской области, мы должны проводить маркетинговые мероприятия, сотрудничать с промышленными предприятиями и туристской индустрией.

В качестве одного из возможных решений по развитию промышленного туризма в Пензенской области, в работе разработан авторский тур продолжительностью два дня по объектам промышленного туризма области прежде всего для инвесторов и для работников других промышленных предприятий в качестве обмена опытом. В рамках тура предполагается посещение действующих промышленных предприятий пищевой промышленности не только в Пензе, но и по всей области.

Несмотря на хорошо развитый промышленный комплекс и туристскую инфраструктуру промышленный туризм в Пензенской области находится на начальной стадии развития. Главным образом, ввиду недостаточного внимания органов власти и слабой активности бизнес сообщества. Развитие промышленного туризма может помочь в решении многих задач, среди которых можно отметить формирование привлекательного образа региона, удержание населения, создание регионального бренда, повышение инвестиционной привлекательности региона и т.д. Поэтому на сегодняшний день в Пензенской области важно направить все усилия органов власти на разработку и реализацию программ по развитию промышленного туризма.

ГЛОССАРИЙ

Производственная экскурсия – организованное посещение определенных объектов (фабрики, заводы, комбинаты и т.д.) по заранее разработанному маршруту со специально подготовленным сотрудником или экскурсоводом с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей.

Промышленность – важнейшая отрасль народного хозяйства, оказывающая решающее воздействие на уровень развития производительных сил общества. Это совокупность предприятий, занятых производством орудий труда, добычей сырья, материалов, производством энергии и дальнейшей обработкой продуктов, полученных в промышленности или произведенных в сельском хозяйстве – производством потребительских товаров.

Промышленный туризм – организованное посещение действующих предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей. Основной формой промышленного туризма является производственная экскурсия.

Регион – часть территории Российской Федерации, обладающая общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий, которая может совпадать с границами территории субъекта РФ либо объединять территории нескольких.

Туризм – Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет это понятие как «временные выезды (путешествия) граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой в стране временного пребывания деятельностью».

Турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 ч. до шести месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания.

Туристские ресурсы – основа туристической индустрии, они определяют особенности формирования туристского бизнеса в том или ином регионе. В Федеральном законе от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристские ресурсы определены как «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил».

Туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта.

Экскурсия – услуга по организации посещения объектов экскурсионного показа (объекты природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и др.) индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 часов без ночевки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» – М. : Стандартинформ, 2016. – 15 с.
- 2 Антонец В. Г. Направления разработки проекта программы развития промышленного туризма в регионе. Менеджер – 2017. – № 1. С. 101 – 107.
- 3 Григоренко Т. Н. Приоритеты в области развития внутреннего и въездного туризма России на современном этапе // Вестник Национальной академии туризма. – 2015. – № 4. – С. 14 – 16.
- 4 Кадыров Р. В., Мударисов Р. Г. Промышленный туризм как креативный маркетинг // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 88 – 94.
- 5 Корнеева Ю. В., Чериков И. И. Теоретическая база промышленного туризма. Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований // сборник статей Международной научно-практической конференции 20 июня 2019 г, г. Таганрог. – Уфа : Аэтерна, 2019. – С. 319.
- 6 Косякова А. А. Перспективы развития промышленного туризма в России // Научная мысль, 2016. – № 1. – С. 35.
- 7 Медяник А. В., Тарабановская С. В. К вопросу о значении промышленного туризма в развитии региона // Тенденции науки и образования в современном мире, 2016. – № 18. – С. 123 – 125.
- 8 Никулина Ю. Н. Промышленный туризм: особенности организации и тенденции развития на региональном уровне. – М. : Перо, 2017. – 346 с.
- 9 Никулина Ю. Н. Развитие промышленного туризма как способ повышения качества подготовки молодых специалистов для экономики региона // Интеллект. Инновации. Инвестиции, 2016. – № 3. – С. 115.
- 10 Никулина Ю. Н. Региональная политика в области развития промышленного туризма: содержание и направления реализации// Креативная экономика. 2018. – № 5. – С. 683 – 698.

11 Никулина Ю. Н. Роль промышленных экскурсий в становлении ко н-курентоспособного специалиста // Экономика и предпринимательство, 2015. – № 8. – С. 61.

12 Никулина Ю. Н., Струзберг Г. В. Развитие промышленного туризма в регионе: опыт и перспективы (на примере Оренбургской области) // Экономика и предпринимательство, 2017. – № 7. – С. 84

13 Никулина Ю. Н., Трусов С. В. «Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты» // Российское предпринимательство, 2017. – № 13. – С. 120 – 123.

14 Седельникова, И. В. Промышленный туризм как перспективный вид развития туризма в России // Актуальные проблемы гуманитарных наук: тр. XII Между-нар. науч.-практ. конф. студ., аспирантов и молодых ученых; Национальный исследовательский Томский политехнический университет. Томск. – М. : Перо, 2013. – С. 77 – 78.

15 Струзберг Г. В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития, 2014. – № 5. – С. 147 – 151.

16 Отгаар А. Industrial tourism: Where the Public Meets the Private. – Rotterdam: Erasmus University of Rotterdam, 2014. [Электронный ресурс] // Всё о туризме. Туристическая библиотека. – URL: https://tourlib.net/books_tourism/otgaar.pdf/ (дата обращения: 25.03.2023).

17 Акселератор по промышленному туризму [Электронный ресурс] // Агентство стратегических инициатив. – URL: <https://promtourism.ru/about/> (дата обращения: 13.01.2023).

18 О нас (Бековские сладости) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Бековского пищекомбината «Бековские сладости». – URL: <https://bekovocandy.ru/> (дата обращения: 20.04.2023).

19 Библиотека ПромТуризма [Электронный ресурс] // Портал о промышленном туризме в РФ. – URL: <https://promtourism.online/library> (дата об-

ращения: 25.02.2023).

20 О компании «Ванюшкины сладости» [Электронный ресурс] // Официальный сайт кондитерской фабрики «Ванюшкины Сладости». – URL: <https://vanslad.ru/en> (дата обращения: 10.05.2023).

21 Визгалов Д. В. Совмещение несовместимого. Промышленный туризм может эффективно работать на благо городов и территорий [Электронный ресурс] // Портал о промышленном туризме в РФ. – URL: http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html (дата обращения: 25.01.2023).

22 Винный Туризм (Энотуризм) в России - Винные Туры по России [Электронный ресурс] // Турстат. – URL: <http://turstat.com/winetravelrussia2016> (дата обращения: 12.03.2023).

23 Гамидуллаева Л.А. Промышленный кластер региона как локализованная экосистема: роль факторов самоорганизации и коллаборации [Электронный ресурс] // Киберленинка. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/promyshlennyy-klaster-regiona-kak-lokalizovannaya-ekosistema-rol-faktorov-samoorganizatsii-i-kollaboratsii> (дата обращения: 05.03.2023).

24 Национальный туристический рейтинг – 2016 [Электронный ресурс] // Национальный рейтинг. – URL: <https://russia-rating.ru/info/10950.html> (дата обращения: 25.03.2023).

25 Национальный туристический рейтинг – 2019 [Электронный ресурс] // Национальный рейтинг. – URL: <https://rustur.ru/nacionalnyj-turisticheskij-rejting-2019> (дата обращения: 25.03.2023).

26 Национальный туристический рейтинг – 2022 [Электронный ресурс] // Национальный рейтинг. – URL: <https://russia-rating.ru/info/21283.html> (дата обращения: 25.03.2023).

27 Статистические данные по туризму [Электронный ресурс] Официальный сайт VisitTatarstan. – URL: <https://visit-tatarstan.com/> (дата обращения:

17.04.2023).

28 Пензенские кленоварни [Электронный ресурс] // Официальный сайт предприятия «Пензенские кленоварни». – URL: <https://www.klenovarni.ru/> (дата обращения: 12.05.2023).

29 Статистические данные по туризму [Электронный ресурс] // Портал с картами России Maps-Rf. – URL: <https://maps-rf.ru/respublika-tatarstan/> (дата обращения: 22.03.2023).

30 Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Наш Урал. – URL: <https://nashural.ru/culture/prom-tourism/> (дата обращения: 15.04.2023).

31 Статистическая бюллетень Росстата ко всемирному дню туризма 2022 [Электронный ресурс] // Росстат. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf (дата обращения: 13.03.2023).

32 Стратегия развития промышленного туризма в Кемеровской области [Электронный ресурс] // Электронный фонд правовых нормативно-технических документов. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/412811132> (дата обращения: 25.03.2023).

33 Стратегия социально-экономического развития Пензенской области до 2035 года [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/553289282> (дата обращения: 14.02.2023).

34 Туризм // [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области. – URL: https://58.rosstat.gov.ru/retail_public_services_tourism (дата обращения: 05.03.2023).

35 Данные по туризму в Пензенской [Электронный ресурс] // области-Торгово-промышленная палата Пензенской области. – URL: <https://tpppnz.ru/?s=%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC+> (дата обращения: 25.02.2023).

36 Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт. – URL: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 15.05.2023).

37 Федеральный закон № 132-ФЗ от 4 октября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». // [Электронный ресурс] Консультант. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 08.02.2023).

38 Что такое промышленный туризм. Промышленный туризм в Европе [Электронный ресурс] // TotHostel. – URL: <https://tothostel.ru/> (дата обращения: 25.03.2023).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Компании, принимающие туристов в Пензенской области

Наименование промышленного предприятия	Адрес компании	Электронный адрес
ЗАО «Никольский завод светотехнического стекла» с посещением музея	Пензенская обл., г. Ни- кольск, улица Льва Тол- стого, 170	https://ninaglass.ru/
ООО «Кувака» с посеще- нием музея «Живой воды»	Пензенская обл., Камен- ский район с. Кувака	http://kuvaka.ru/
ЗАО «Исток» с посещением производства минеральных вод, безалкогольных напит- ков и кваса	г. Пенза ул. Рабочая 7	http://www.istokpenza.ru/
Кондитерская фабрика «Ва- нюшкины сладости»	Пензенская обл., с. Засеч- ное, ул. Механизаторов, 23	https://vanslad.ru/
ОАО «Маяк»	г. Пенза ул. Бумажников 1	http://www.mayakpenza.ru/
ЗАО «Пензенская Конди- терская Фабрика»	г. Пенза, ул. Калинина 112 А	https://www.uniconf.ru
Кондитерская фабрика «Ва- нюшкины сладости»	г. Пенза, ул. Курская, 70	https://molkompenza.ru/
АО «Тепличный Комби- нат»	г. Пенза ул. Тепличная 1	https://ptk58.ru/

Рисунок А.1 – Компании, принимающие туристов в Пензенской области

Приложение Б

Анкета для прохождения опроса промышленных предприятий Пензенской области

Блок 1. Паспорт представителя бизнеса		
1.	Форма собственности Вашего бизнеса	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1. Государственная, муниципальная собственность</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2. Частная собственность</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">3. Собственность общественных и религиозных организаций (объединений)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">4. Иностранная, совместная российская и иностранная собственность</div>
2	В течение какого периода времени Ваш бизнес осуществляет свою деятельность? (пожалуйста, выберите один вариант ответа)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1. Менее 1 года</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2. От 1 до 3 лет</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">3. От 3 до 7 лет</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">4. Более 7 лет</div>
3.	Относитесь ли вы к субъектам малого и среднего предпринимательства?	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1. Да</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2. Нет</div>
4.	Какова численность сотрудников вашей организации в настоящее время? (пожалуйста, выберите один вариант ответа)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1. До 15 человек включительно</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2. Свыше 15 до 50 человек включительно</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">3. Свыше 50 до 100 человек включительно</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">4. Свыше 100 человек</div>
8	Какую должность Вы занимаете в организации, которую Вы представляете? (пожалуйста, выберите все подходящие варианты ответа)	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">1. Собственник бизнеса (совладелец)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">2. Руководитель высшего звена (генеральный директор, заместитель генерального директора или иная аналогичная позиция)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">3. Руководитель среднего звена (руководитель управления/подразделения/отдела)</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">4. Специалист</div>

Блок 2. Потенциал реализации промышленного туризма

1) Знаете ли Вы, что такое «промышленный туризм»?

- а) да
- б) нет

2) Как Вы оцениваете потенциальное влияние участия в реализации программы промышленного туризма на экономическую активность Вашего предприятия?

- а) существенно влияет
- б) несущественно влияет
- в) не влияет
- г) затрудняюсь ответить

3) Рассматриваете ли возможность организации экскурсий на Вашем предприятии?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

4) Какие изменения требуются для организации промышленного туризма на Вашем предприятии? (свой ответ)

5) Потребуется ли Вам помощь профессиональных экскурсоводов для организации экскурсий на Вашем предприятии?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

6) Как Вы считаете, повысится ли рентабельность Вашего бизнеса от участия в реализации программы регионального промышленного туризма?

- а) значительно повысится
- б) незначительно повысится
- в) не изменится
- г) снизится

7) Необходима ли какая-либо модернизация или иные инвестиционные вложения для проведения экскурсий на площадке Вашего предприятия?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

8) Что могло бы послужить для Вас стимулом к организации промышленного туризма на Вашем предприятии? (свой ответ)

9) Необходимо ли Вам субсидирование части затрат для участия в программе регионального промышленного туризма?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

Приложение В

Технологическая карта разрабатываемого турмаршрута

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ
на май 2023 - октябрь 2022 (ориентировочно)
Маршрут путешествия экскурсионный маршрут «Сладкая жизнь в Пензенской области»
наименование и вид маршрута
Протяженность маршрута (км) 400 км
Продолжительность путешествия (суток) 2 дня/1ночь
Число туристов в группе (рекомендуемое) 10
Стоимость (ориентировочная) 12 530 руб.
Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

Таблица В.1 – Технологическая карта разрабатываемого турмаршрута (составлено автором)

Населенные пункты, расстояния между ними	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения, и условия размещения	Запланированные экскурсионные услуги.	Перевозка туристов	Другие услуги (дополнительно оплачиваемые)
Пенза	Гостиница «Heliopark Residence» с завтракам в формате «Шведский стол»	Пешеходная фото-экскурсия по Пензе (центр)	Пеший тур	Билеты в «Музей одной картины» и Дом-музей Мейрхольда
Пенза	Гостиница «Heliopark Residence» с завтракам в формате «Шведский стол»	1) Экскурсия по кондитерской фабрике «Ванюшкины сладости»	Аренда автобуса	Ужин
Пенза – Бековский р-он – Пенза (370 км)	Гостиница «Heliopark Residence» с завтракам в формате «Шведский стол»	1) Экскурсия на Бековский сахарный комбинат 2) Экскурсия на ООО «Пензенские кленоварни»	Аренда автобуса	Ужин
Пенза				Трансфер до привокзальной площади Пенза-1

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных виз: для российских групп не требуется

Размещение туристов осуществляется в отеле «Heliopark Residence».

Перевозки осуществляются с помощью транспортной компании «Метеор58» на комфортабельных автобусах.

Питание туристов: завтраки проходят на базе отеля. Обеды и ужины оплачиваются туристами самостоятельно в кафе города, и ресторанных комплексах при средствах размещения.

Краткое описание тура: тур «Сладкая жизнь в Пензенской области», участники которого смогут своими глазами увидеть процесс производства кондитерских изделий, узнать историю изготовления кленового сиропа и познакомиться с богатой историей Пензенского края.

Продолжительность маршрута составляет 2 дня и 1 ночь.

Общая протяженность маршрута составит примерно 400 км. Между районами Пензенской области переезды будут осуществляться на комфортном автобусе с гидом-сопровождающим.

Приложение Г

Информационный лист

Пензенская область довольно активно привлекает к себе огромное количество туристов. Но кроме богатой истории, культуры, славится своей промышленностью. Область имеет богатую промышленную историю, связанную с пищевыми и кондитерскими изделиями.

Авторский тур «Сладкая жизнь в Пензенской области» всего за 3 дня откроет перед вами невероятные просторы для познания нашей области, познакомит вас крупнейшими в России производителями кондитерских изделий, которые пользуются также огромной популярностью и за рубежом. Вы увидите, как изготавливаются различные кондитерские изделия на разных предприятиях, посетите единственное промышленное производство кленового сиропа в СНГ и увидите весь процесс производства настоящего Кленового сиропа – от сбора сока по системе трубопроводов и варки сиропа на лесной дровяной печи до розлива продукции по бутылкам. И обязательно дегустация!

Вас ждут незаезженные достопримечательности, а новые маршруты, которые познакомят с настоящей Пензенской областью, поэтому вас ждут насыщенные дни в Пензенской области. Ведь промышленность региона – главная движущая сила развития! Путь составит более 580 км, дорога будет совершенно не скучной, ведь гид-сопровождающий раскрасит дорогу интересными рассказами о прошлом и настоящем республики.

В стоимость программы включены проживание и завтраки в гостинце «Heliopark Residence» в формате – «шведский стол». Программа этого тура наполнена уникальными экскурсиями на промышленные предприятия Пензенской области: ООО «Ванюшкины Сладости», Бековский сахарный завод, ООО «Пензенские кленоварни». Кроме этого, по желанию, вы можете посетить знаменитый Музей одной картины и Дом-музей Мейерхольда.

Для комфортного тура, туристам рекомендуется взять с собой:

- теплую кофту для посещения производств, с возможными перепадами температур;
- удобную обувь для пешеходных экскурсий;
- солнцезащитные очки;
- головной убор;
- личный набор медикаментов (аптечку).

Название	Описание	Стоимость	Номер дня
Встреча и трансфер в ж/д или а/п г. Пенза	Встреча с табличкой названия тура, трансфер на комфортабельном автомобиле	900	1 и 2
Экскурсия в «Музей одной картины»	В единственном в мире музее выставляется лишь одна картина. По версии российского издания журнала "Forbes" (2011), Музей одной картины входит в число шести примечательных музеев мира, посвященных одной вещи, которые заслуживают внимания каждого.	Школьники –100 Взрослые – 200	1
Экскурсия в «Дом-музей Мейерхольда»	Экспозиция рассказывает о жизни семьи Мейерхольда в Пензе, о его гимназических годах и первых шагах на сцене, а также о новаторском творчестве и трагической судьбе мастера. Хранилище Центра содержит около 10 тыс. единиц основного фонда. располагает уникальными, не опубликованными документами, рукописями, фотоархивом.	Школьники – 100 Взрослые – 200	1

Рисунок Г.1 – Перечень дополнительных экскурсий (составлено автором)

Мы предлагаем посмотреть на Пензенскую область с нового ракурса и узнать много нового, познавательного и полезного. Этот тур для вас, если вы стремитесь узнать свою родину с разных сторон, если вы хотите увидеть, как изменилось производство, которое было еще тогда, во времена СССР, если вы хотите знать, как изготавливаются различные кондитерские изделия и кленовый сироп.

Отправься в Пензенскую область – за сладкой жизнью и новыми впечатлениями!

Приложение Д

Паспорт трассы туристского похода

- 1 Вид туризма: промышленный
Основные пункты маршрута: Пенза, Пензенский р-он, Бековский р-он и Каменский р-он.
Протяженность: 400 км
Продолжительность: 2 дня / 1 ночи
Число туристов в группе: 10- чел.
2) План прохождения трассы туристского похода
3)

Таблица Д.1 – Маршрут поездки (составлено автором)

День пути	Участки трассы	Протяженность, км	Способ передвижения
1	Ул. Московская – Пензенская кондитерская фабрика – ООО «Ванюшкины сладости» – Ул. Московская	30 км	автобус
2	Ул. Московская – Бековский сахарный завод – ООО «Пензенские кленоварни» – Ул. Московская	370 км	автобус

Итого: около 400 км

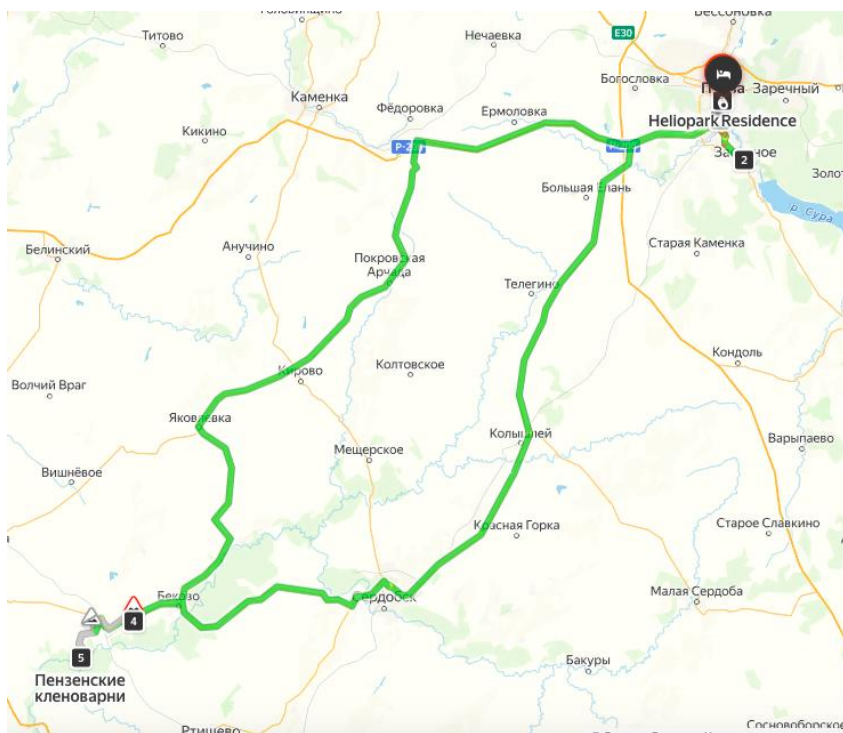


Рисунок Д.1 – Схема трассы похода (составлено автором)

Туристское снаряжение:

- а) Специальная одежда для экскурсии по промышленным объектам предоставляет компания
- б) Туристам следует самостоятельно позаботиться о наличии удобной дышащей обуви, головных уборов, теплой кофты.