

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	«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» наименование

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
на тему

**Разработка предложений по организации промышленного туризма
в Пензенской области**

Студент	17ЭТ1 номер группы	18.06.2021 подпись, дата	Панфилова Юлия Евгеньевна . ФИО полностью
---------	-----------------------	-----------------------------	--

Руководитель	К.Э.Н., доцент звание, должность	
ФГБОУ ВО «ПГУ» наименование организации	18.06.2021 подпись, дата	Пронина Н. Н . фамилия, инициалы

Нормоконтролёр	К.Э.Н., доцент звание, должность	25.06.2021 подпись, дата	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы
----------------	-------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------------

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

Заведующий кафедрой «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания»	_____	Семеркова Л.Н. фамилия, инициалы
	подпись	

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

Секретарь ГЭК	_____	Балахонова Е.В. фамилия, инициалы
	подпись	

Пенза 2021

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. _____ Семеркова Л.Н.

ЗАДАНИЕ

по бакалаврской работе студенту

Панфиловой Юлии Евгеньевне

- 1. Тема работы:** Разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области
- 2. Срок сдачи студентом законченной работы:** 18 июня 2021 г.
- 3. Исходные данные к работе:** информация о состоянии промышленного туризма в мире, России, Пензенской области
- 4. Содержание расчетно-пояснительной записки (перечень подлежащих разработке вопросов):** промышленный туризм, как инструмент развития туристской привлекательности территории Пензенской области, анализ промышленного туризма в России, исследование туристической привлекательности объектов промышленного туризма в Пензенской области, роль промышленного туризма в развитии бренда территории, разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области, пример организации производственной экскурсии на ООО «Каменский маслозавод» и расчет ее стоимости.
- 5. Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей):** демонстрационные слайды.

Дата выдачи задания: 20 февраля 2021 г.

Руководитель: _____
(подпись)

Задание принял к исполнению: 20 февраля 2021 г. _____
(дата) (подпись студента)

ВЫПОЛНЕНИЕ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Наименование разделов	Срок исполнения		Подпись
	начало	конец	
Содержание	21.02.2021	23.02.2021	
Введение	23.02.2021	26.02.2021	
Анализ промышленного туризма в России	27.02.2021	10.03.2021	
Исследование туристической привлекательности объектов промышленного туризма в Пензенской области	11.03.2021	01.04.2021	
Роль промышленного туризма в развитии бренда территории	02.04.2021	01.05.2021	
Разработка рекомендаций по развитию промышленного туризма в Пензенской области	02.05.2021	12.05.2021	
Создание примера организации производственной экскурсии на ООО «Каменский маслозавод»	13.05.2021	31.05.2021	
Расчет стоимости производственной экскурсии	01.06.2021	06.06.2021	
Заключение	07.06.2021.	11.06.2021	
Глоссарий	12.06.2021	13.06.2021	
Список использованных источников	14.06.2021	15.06.2021	
Приложения	15.06.2021	16.06.2021	

Руководитель бакалаврской работы _____
(подпись, ФИО)

Реферат

Тема бакалаврской работы: Разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области.

Автор бакалаврской работы: Панфилова Юлия Евгеньевна, группа 17ЭТ1.

Руководитель бакалаврской работы: к.э.н., доцент кафедры «МКиСО» Пронина Наталья Николаевна.

Год защиты бакалаврской работы: 2021.

Актуальностью данной работы является то, что несмотря на некоторые трудности, связанные с организацией промышленных экскурсий на российские и пензенские предприятия, перспективы развития промышленного туризма как в России, так и в Пензе весьма высоки. Формирование туроператорами подобных туристских продуктов способствует расширению предложения своих услуг, привлечению новых сегментов туристов, развитию отечественного туризма и получению дополнительной прибыли. К тому же, промышленный туризм будет способствовать профессиональной ориентации, повышению грамотности молодежи и даст городу известные предприятия и бренды.

Целью бакалаврской работы является разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области

Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- проанализировать промышленный туризм в России;
- исследовать туристическую привлекательность объектов промышленного туризма в Пензенской области;
- определить роль промышленного туризма в развитии бренда территории;
- разработать рекомендации по развитию промышленного туризма в Пензенской области;

– разработать производственную экскурсию на ООО «Каменский масло-завод» и рассчитать ее стоимость.

Автором работы предложены рекомендации по организации промышленного туризма в Пензенской области, создан пример организации производственной экскурсии на ООО «Каменский маслозавод» и проведен расчет ее стоимости.

В бакалаврской работе использованы следующие методы: обработка и анализ учебной, научной и периодической литературы, общенаучные методы исследования, метод синтеза, метод моделирования, метод экспертных оценок и метод социологических исследований, методы экономического анализа, метод систематизации для формулирования выводов.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в возможности использования разработанных рекомендаций, направленных на развитие промышленного туризма, в деятельности промышленных предприятий Пензенской области. Так как, промышленный туризм помогает: по-новому позиционировать предприятие, формируя имидж открытой компании; занять достойное место в проведении бизнес-миссий, деловом обмене опытом, поиске партнеров, укреплении бренда; повысить корпоративную культуру, что в конечном итоге скажется на росте экспортного потенциала предприятия.

Объем бакалаврской работы составляет 78 страниц формата А4. Работа содержит 4 таблицы, 9 рисунков, 2 приложения и 28 использованных источников.

Содержание

Введение.....	7
1 Промышленный туризм – инструмент развития туристской привлекательности территории Пензенской области	10
1.1 Анализ промышленного туризма в России	10
1.2 Исследование туристической привлекательности объектов промышленного туризма в Пензенской области	24
1.3 Роль промышленного туризма в развитии бренда территории.....	32
2 Разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области	39
2.1 Разработка рекомендаций по развитию промышленного туризма в Пензенской области	39
2.2 Пример организации производственной экскурсии на ООО «Каменский маслозавод»	47
2.3 Расчет стоимости производственной экскурсии	61
Заключение	64
Глоссарий	66
Список использованных источников	69
Приложения	73

Введение

В настоящее время индустрия туризма и гостеприимства представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся сфер международной торговли услугами. При этом в последние годы существенно изменились предпочтения туристов в выборе туров, что способствует развитию новых видов туризма во всем мире. Итоги опроса Всероссийского центра общественного мнения говорят о том, что российский туризм в 21 в. испытывает существенные сложности, что особенно выделяется в предпочтении россиянами выездных туров внутренним. Появляется потребность в создании новых конкурентоспособных отечественных туристических продуктов, которые отвечают меняющимся потребностям потребителей туристских услуг.

Одним из таких конкурентоспособных туристических продуктов и перспективных видов туризма в России становится промышленный туризм. Промышленный туризм – одно из высокоперспективных направлений отрасли, развитие которой входит в число приоритетных задач национальной экономики. В ряде субъектов Российской Федерации промышленный туризм уже имеется на рынке туристских услуг, имея методологическую базу и постоянный характер положительно сказывается на бизнесе предприятий и регионе в целом. В связи с этим исследование вопросов регионального развития промышленного туризма является актуальным и представляет интерес для развития туризма Пензенской области.

Актуальностью данной работы является то, что несмотря на некоторые трудности, связанные с организацией промышленных экскурсий на российские и пензенские предприятия, перспективы развития промышленного туризма как в России, так и в Пензе весьма высоки. Формирование туроператорами подобных туристских продуктов способствует расширению предложения своих услуг, привлечению новых сегментов туристов, развитию отечественного туризма и получению дополнительной прибыли. К тому же, промышленный туризм будет способствовать профессиональной ориентации,

повышению грамотности молодежи и даст городу известные предприятия и бренды.

Целью данной работы является разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области. Поставленная цель обусловила необходимость решения следующих задач:

- 1) Проанализировать промышленный туризм в России;
- 2) Исследовать туристическую привлекательность объектов промышленного туризма в Пензенской области;
- 3) Определить роль промышленного туризма в развитии бренда территории;
- 4) Разработать рекомендации по развитию промышленного туризма в Пензенской области;
- 5) Разработать производственную экскурсию на ООО «Каменский маслозавод» и рассчитать ее стоимость.

Объектом исследования в данной работе является Пензенская область; предметом исследования – возможности развития промышленного туризма в Пензенской области.

Работа состоит из введения, двух разделов, заключения, списка использованных источников, глоссария и приложений. В первом разделе рассмотрен промышленный туризм, как инструмент развития туристской привлекательности территории Пензенской области. Второй раздел посвящен разработке предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области.

В работе используются общенаучные методы исследования, метод синтеза, метод моделирования, метод экспертных оценок и метод социологических исследований, методы экономического анализа, метод систематизации для формулирования выводов.

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

Промышленный туризм помогает позиционировать предприятие, формируя имидж открытой компании; занять достойное место в проведении бизнес-миссий, помогает в деловом обмене опытом, поиске партнеров, укреплении бренда, способствует развитию внутреннего туризма.

1 Промышленный туризм – инструмент развития туристской привлекательности территории Пензенской области

1.1 Анализ промышленного туризма в России

Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» определяет туризм 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» [3].

Отрасль туризма является наиболее адаптивной и гибкой, что сопряжено сильной конкуренцией как между компаниями, занимающимися реализацией туристических услуг, так и среди более глобальных туристических объектов, таких как регионы, которые представляют комплексное предложение на рынке туристических услуг для привлечения туристов и получения финансовых и экономических положительных эффектов. Жесткая конкуренция побуждает регионы выйти за рамки традиционных форм туристической деятельности и диверсифицировать предложение, чтобы привлечь туристов из более широкого круга целевых групп и побудить их вновь посетить регион и туристическую дестинацию.

В последнее время большинство туристов стали привлекать не только уникальные и экологически чистые природные уголки с живописными пейзажами, но и промышленные объекты. Учитывая растущую популярность покупки билетов на краткосрочные туристические маршруты среди россиян, можно сказать, что промышленный туризм должен занять особое место в списке актуальных продуктов, предлагаемых туристическими агентствами [11].

В крайние годы большинство туристов стали прельщать не лишь уникальные и экологически чистые природные уголки с живописными пейзажами, но и промышленные объекты. Учитывая растущую известность

приобретения билетов на краткосрочные туристические маршруты среди россиян, можно сказать, что промышленный туризм обязан занять значимое место в списке текущих продуктов, которые предлагаются туристическими агентствами

Согласно ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» под промышленным туризмом понимаются «посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему» [1]. Основной формой промышленного туризма является промышленная экскурсия, то есть посещение определенных объектов, таких как заводы, фабрики, комбинаты и т.д., специальным гидом-экскурсоводом по заранее заданному маршруту.

Основными задачами промышленного туризма являются:

- 1) развитие внутреннего и въездного туризма регионов Российской Федерации;
- 2) повышение инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации;
- 3) презентация территориальных брендов и продукции;
- 4) организация бизнес-миссий для профессиональных покупателей и продвижения экспортного потенциала;
- 5) обмен знаниями между специалистами предприятий;
- 6) профориентация для школьников и студентов [23].

Промышленный туризм может стать основной площадкой для развития партнерства между предприятиями и региональными властями, привлечения туристов и инвесторов, поддержки интереса к территории, формирования положительного имиджа территории, продвижение бренда города (региона) и развития территориальной инфраструктуры.

Решение предприятий о приеме посетителей может быть мотивировано различными причинами:

- 1) распространение информации о предприятии будет способствовать созданию или укреплению имиджа бренда, увеличению лояльности клиентов и, соответственно, удовлетворительному результату в целом;

2) возможности продвижения для большего числа различных покупателей;

5) исследование рынка путем прямого и непосредственного контакта с покупателями и получения от них непосредственной реакции на продукт;

6) прозрачность процессов для потенциальных клиентов;

7) мотивация персонала, формирование осознания персоналом своей значимости для предприятия путем вовлечения в общие проекты.

В настоящее время промышленный туризм составляет 1-3% туристического рынка России. Нам представляется очевидным, что целевое развитие данного вида туризма является перспективным для промышленных регионов страны. Для определения путей развития данного направления необходимо четко понимать, что такое промышленный туризм, какое место он занимает в сфере туризма, какие виды промышленного туризма существуют и как этот вид туризма удовлетворяет потребности всех заинтересованных сторон.

Промышленный туризм классифицируется по следующим признакам: по количеству единовременно посещаемых объектов и по составу группы экскурсантов. По количеству единовременно посещаемых объектов промышленный туризм делится на разовые экскурсии на предприятие и тематические туры (см. рисунок 1).



Рисунок 1 – Виды промышленного туризма
по количеству единовременно посещаемых предприятий

Экскурсия на предприятие – это организованное групповое посещение промышленного предприятия с познавательными целями. По длительности такая экскурсия занимает от одного до полутора часов. Чаще всего такая экскурсия заканчивается в сувенирном магазине, где экскурсанты могут приобрести или заказать продукцию данного производителя. Примерами таких экскурсий могут служить экскурсии на парфюмерную фабрику «Фрагонар» во Франции, фабрику по производству соуса «Табаско» в США, завод шампанских вин «Абрау-Дюрсо» в России (см. рисунок 2).



Рисунок 2 – Экскурсия на завод шампанских вин «Абрау-Дюрсо»

Тематические туры – это организованные групповые поездки с посещением двух и более предприятий одного региона, производства которых представляют интерес в рамках темы тура. Продолжительность таких туров составляет от одного и более дней. Соответственно, программа этих туров включает не только производственные экскурсии, но и услуги по размещению, питанию, трансферу; кроме того, могут быть включены обзорные экскурсии по городу и другие культурно-развлекательные мероприятия. Примерами таких тематических туров могут служить гастрономические туры во Францию с посещением винодельческих хозяйств «Бордо» и «Шампань», гастрономические туры

в Швейцарию с демонстрацией тонкостей производства сыров, туры по фабрикам народных промыслов городов «Золотого Кольца России».

Промышленным туризмом занимаются с различными целями – с познавательной целью, с целью знакомства с технологией производства и существующими инновациями, с целью получить эстетическое удовольствие и острые ощущения. Экскурсии на действующие предприятия и компании могут произвести впечатление как на профессионалов в различных областях знаний, так и на бизнесменов и, прежде всего, на студентов и школьников.

По составу группы экскурсантов промышленный туризм можно разделить на: экскурсии для школьников, экскурсии для смешанных групп, экскурсии для профессионалов (см. рисунок 3).



Рисунок 3 – Виды промышленного туризма по составу группы экскурсантов

Промышленные экскурсии для школьников – это организация регулярных экскурсионных туров на промышленные предприятия, в которых экскурсантами являются организованные группы учащихся. Кроме познавательной задачи, экскурсанты во время такой экскурсии преследуют учебные и профориентационные цели. Так как экскурсии школьников на современное промышленное производство является одним из элементов системы профориентационной работы и рассматривается как форма обучения, позволяющая ознакомиться с современным производством, особенностями технологического

процесса, условиями труда работников предприятия, узнать детали о профессиях, вакантных местах и о сложившейся ситуации на рынке труда.

Промышленные экскурсии для смешанных групп – это посещение предприятий сборными группами экскурсантов с познавательными целями. Такие экскурсии популярны в странах Европы и США. В России в числе доступных экскурсантам производств – кондитерское объединение «Любимый Край» в Ленинградской области (см. рисунок 4), фарфоровый завод «Мануфактуры Гарднеръ» в Московской области, «Томское пиво» в Томске и др.



Рисунок 4 – Экскурсия на кондитерское объединение «Любимый Край»

Промышленные экскурсии для профессионалов – это организация экскурсий для деловых людей, предпринимателей, бизнесменов или экспертов в ведущие компании той или иной отрасли промышленности с целью изучения функциональности и инноваций производства, приобретения опыта работы на успешных предприятиях, поиска партнеров для компаний или инвестиционных объектов. Основными целями бизнесменов, занимающихся промышленным туризмом, является изучение производства с экономической точки зрения. Их задача познакомиться с инновационными технологиями в

производстве, для их дальнейшего внедрения, определить окупаемость инвестиций в такое производство, найти инновационные идеи для производства в своем регионе, приобрести ценный опыт успешных предприятий для своего бизнеса, встретиться с деловыми партнерами, как в России, так и за рубежом. Таким образом, все вышесказанное означает, что экскурсии в деловом промышленном туризме отличаются от экскурсий в познавательном и образовательном промышленном туризме [28].

На протяжении многих лет ведущую роль в промышленном туризме удерживают такие страны, как США, Германия, Франция, Нидерланды и Великобритания. В связи с резким ростом спроса на промышленный туризм в Европе за последнее десятилетие многие компании приглашают к себе туристов, за исключением военного производства. Среди самых популярных в мире объектов промышленного туризма являются шоколадная фабрика «Cadbury» в Великобритании (400 тыс посетителей в год), приливная электростанция «Ля Ранс» во Франции (300 тыс посетителей в год), завод «Toyota» в Японии (300 тыс посетителей в год), завод «BMW» в Германии (260 тыс посетителей в год) и производство мороженого «Ben Jerry's» в США (170 тыс туристов в год).

После широкомасштабной индустриализации промышленность стала гордостью СССР. Широкое распространение получили визиты делегаций в другие компании. Профессиональный интерес и амбициозные цели побудили активистов посещать заводы в противоположной точке страны. «Почему они выпускают больше, чем мы? В чем особенности технологии? Как это организовать?» – эти и другие вопросы занимали умы управленцев той эпохи. В 1930-е г. государственное экскурсионное акционерное общество «Советский турист» выпустило листовки с маршрутами производственных экскурсий: по металлопромышленности, горной, химической, шелковой, шерстяной, хлопчатобумажной и другим видам промышленности.

Центральный институт труда (ЦИТ), появившийся в начале 1920-х годов и возглавляемый Алексеем Гастевым, основателем российской концепции

научной организации труда, не смог стать законодателем моды в промышленности. Во второй половине 1930 г. деятельность ЦИТ подверглась критике, прикладные науки о труде обвиняют в идеализме и методологической нейтральности, к ним прикрепляется ярлык «буржуазных» наук. Закрываются все лаборатории промышленной психотехники и трудовой психофизиологии, значительно сокращается работа ЦИТ и местных промышленных институтов. Кроме того, возникший в то время приоритет внимания к производству товаров группы А в ущерб товарам группы В надолго переключил силы производителей в технократическое и технологическое русло, отодвинув гуманистический и научный подход к организации рабочих процессов. Это привело к тому, что научно-методическая основа для обмена успешными практиками так и не появилась, а промышленные экскурсии приобрели скорее «ритуальный» характер.

Рубеж веков в российской промышленности рассматривается многими как период глубокой неопределенности, когда интерес не только к промышленному туризму, но и к производству на всех уровнях оказался близок к нулю. Промышленные предприятия, пережившие трансформацию и переход к рыночной экономике, остались в меньшинстве. Лишь немногие из них сохранили свою жизнеспособность и уникальность. На этапе формирования инвестиционной привлекательности России появились предприятия с иностранным капиталом и новые технологии, в том числе управленческие.

Сегодня промышленный туризм входит в федеральную повестку как часть общей задачи развития туристической и инвестиционной привлекательности. В 2017 г. был учрежден «Совет по развитию промышленного туризма в Российской Федерации», в рамках работы которого подготовлен и направлен в Государственную думу Российской Федерации и региональные законодательные собрания пакет предложений по пересмотру нормативных правовых актов, регулирующих и упрощающих систему приема туристов на промышленные объекты.

Вместе с высшими и средними специальными заведениями разработана специализированная методическая литература по вопросам стандартов промышленного туризма в Российской Федерации. При содействии «Федерального агентства по туризму», «Российского Союза туристической индустрии», «Торгово-промышленной палаты Российской Федерации», «Уральской Ассоциации туризма» было проведено около 18 конференций и круглых столов по всей территории Российской Федерации. Ряд межрегиональных маршрутов промышленного туризма был представлен на Международных туристических выставках в Праге (Чехия), Дурбане (ЮАР), Генуе (Италия), Интурмаркете (Москва), Анкаре (Турция), а также в прочих городах Российской Федерации [15].

Была представлена концепция «Карты промышленного туризма Российской Федерации». В рамках создания единой карты промышленного туризма Российской Федерации с 56 регионов России собирается и систематизируется информационный массив, включающий в себя объекты показа, описание туристских маршрутов, а также находящиеся рядом с объектами показа средства размещения. На данный момент поступило более 600 заявок из 40 регионов страны, и предполагается, что их количество в ближайшее время может увеличиться. Пример «Карты промышленного туризма Российской Федерации» представлен в приложении А.

За год деятельности совета было создано около двадцати трансграничных маршрутов и несколько десятков межрегиональных маршрутов для промышленного туризма, которые посетили сотни тысяч туристов и туристов.

Помимо этого, на площадке «Агентства стратегических инициатив» (АСИ) экспертами разработаны «Методические рекомендации по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации» и даны пошаговые инструкции по его внедрению [17]. В рекомендациях представлена единая концепция по взаимодействию органов исполнительной власти, предприятий, туристских организаций, даны рекомендации по организации и созданию производственных экскурсий, технологии проведения экскурсий и подготовки сотрудников и экскурсоводов [23].

В «Стратегии развития туризма в России до 2035 г.» появилась формулировка, гласящая, что промышленный туризм – это «посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему» [2].

Согласно исследованию, проведенному в 2017 г. специалистами Оренбургского государственного университета, Приволжский федеральный округ является лидером по количеству регионов с предприятиями, проводящими регулярные промышленные экскурсии для разных групп туристов. Промтуризм в Приволжском Федеральном Округе имеет значительный потенциал к развитию для регионов, не обладающих в большей мере богатым культурно-историческим наследием и уникальными природно-климатическими условиями, в целях привлечения туристических потоков. Кроме того, среди лидеров промышленного туризма в Российской Федерации отмечают Урал, Удмуртскую Республику, Волгоградскую и Вологодскую области [13].

Состояние развития промышленного туризма на данный момент в России характеризуется наибольшим количеством промышленных туров в Москве и Московской области: агрокомбинат «Московский» (г. Московский), д. Жостово и с. Федоскино на фабрики росписи, Климовская фабрика деревянной игрушки «Климо», Музей елочной игрушки (г. Клин), производство ёлочных игрушек в Химках, Аэропорт «Домодедово» и т.д.), пожарная часть в Сокольниках, булочно-кондитерский комбинат «Коломенское», завод Соса-Сола, завод «Данон», московские кондитерские фабрики «Красный Октябрь» и «Кондитерский концерн Бабаевский», кондитерская фабрика «Богатырь» (Московская обл., г. Зеленоград), завод «Очаково», компания «Чистая Линия» (г. Долгопрудный), завод плавленых сыров «Карат», кондитерско-булочный комбинат «Черемушки», кондитерская фабрика «Рот Фронт».

Кроме того, промышленный туризм развивается и в центральной части России: «Сырный Дом» в посёлке Томаровка Яковлевского района,

«Губкинский горно-обогатительный комбинат», «Белгородский хладокомбинат», кондитерские фабрики «Белогорье» и «Славянка».

Юг России славится в основном винодельческим производством. Аналитическое агентство «ТурСтат» изучило рынок винного туризма в России. Пересечение данного вида туризма с промышленным происходит при формировании туров по местам производства вина, так же, как и с гастрономическим.

Среди самых известных мест для промышленного винного туризма в Российской Федерации отмечают: «Абрау-Дюрсо» (Новороссийск, Краснодарский край), «Массандра» (Ялта, Крым), «Эльбруд» (Азовский район, Ростовская область), «Левокумское» (Ставропольский край), «Фанагория» (Темрюк, Краснодарский край), «Инкерман» (Севастополь, Крым), «Ведерников» (Ростовская область), «Мысхако» (Новороссийск, Краснодарский край), «Новый Свет» (Судак, Крым), «Золотая Балка» (Балаклава, Крым), среди популярных мест плодово-ягодных вин лидируют Весьегонск (Тверская область) и Бийск (Алтайский край). По данным «ТурСтат», в России насчитывается более полумиллиона туристов, предпочитающих промышленные туры по винным предприятиям. Например, самый популярный центр «Абрау-Дюрсо» в 2016 году посетило более чем 450 тыс. человек и с экскурсий он получает больше миллиона рублей в год [25].

Помимо дохода, промышленные экскурсии способствуют созданию положительного образа заводов, их продукции и российских производств. Металлургический завод в Выксе также решает с помощью туристов имиджевые задачи. «Если поначалу стояла задача хотя бы изменить отношение к профессии металлурга, то сейчас проект стал явлением культуры в городе, в котором каждый третий работает на этом предприятии», – рассказала менеджер по развитию промышленного туризма Выксунского металлургического завода Лариса Малофеева изданию «Санкт-Петербургские Ведомости».

В Мурманской области создаётся пилотный перечень предприятий, которые могли бы стать флагманами промышленного туризма. Речь идёт о

филиалах «Норникеля», Кольской атомной электростанции, горнодобывающем комбинате «Олкон».

В Смоленской области гостям готовятся показать деревообрабатывающие компании, например «Эггер Древпродукт Гагарин», предприятия лёгкой промышленности, которые выпускают одежду под брендами «Наше» и «Твоё», Смоленский полиграфкомбинат, компанию «Русский лён».

В Амурской области при желании можно попасть из Благовещенска на экскурсию по Бурейской ГЭС. А в Комсомольске-на-Амуре (Хабаровский край) в рамках продвижения промышленного туризма гостей возят на авиационный и судостроительный заводы. Ежегодно их посещают десятки тысяч человек [27].

Таким образом, можно отметить несколько главных тенденций развития промышленного туризма в Российской Федерации:

- широкая география, охватывающая большинство областей, краев и республик Российской Федерации;
- активное продвижение индустриального туризма в сферах тяжелой и легкой промышленности, пищевом производстве, машиностроении, энергетике, индустрии развлечений и многих других отраслях;
- ориентированность на отечественного туриста;
- интеграция с экономическими, образовательными, социальными программами;
- стратегическое значение промышленного туризма в контексте внешней и внутренней политики [7].

Необходимо отметить, что промышленный туризм в субъектах Российской Федерации развит слабо и не достигает мирового уровня. Основные причины такой ситуации следующие:

- 1) Недостаточное понимание руководством большинства организаций перспектив и уровня востребованности услуг промышленного туризма, в связи с чем закрытость многих объектов для проведения экскурсий;

2) Отсутствие доступности объектов промышленных предприятий отдельных регионов из-за плохого состояния транспортной системы;

3) Низкий уровень развития сопутствующей инфраструктуры развития промышленного туризма в регионе: средства размещения (гостиницы, отели, хостелы, гостевые дома), предприятия питания (рестораны, кафе, столовые) и торговой инфраструктуры (торговые центры, магазины, сувенирные лавки);

4) Отсутствие необходимого и эффективного взаимодействия между руководителями предприятий – объектов промышленного туризма, региональными властями и туристическими агентствами;

5) Неэффективная или отсутствующая реклама действующих экскурсий;

6) Организация промышленных экскурсий требует сбора большого пакета документов для визита в отдельные предприятия и компании [9].

На федеральном и региональном уровнях регулирование промышленным туризмом практически отсутствует. Но несмотря на это регионы Российской Федерации активно интегрируются в федеральную стратегию развития промышленного туризма. Кроме разработки туристических экскурсий на разнообразные заводы, фабрики и другие предприятия, регионы также работают над выработкой собственных программ продвижения промышленного туризма [11].

Исходя из того, насколько отечественные и иностранные туристы заинтересованы в посещении промышленных предприятий Российской Федерации, предполагается, что промышленный туризм может занять существенную нишу в туристическом бизнесе. При этом, опираясь на необходимые для его развития объекты и инструменты, у него есть все шансы на перспективное развитие. Несмотря на то, что российские предприниматели стали только узнавать обо всех преимуществах промышленного туризма и выгодах для своего бизнеса, некоторые крупные туристических компании теперь включают такие туры в свои программы. Федеральное агентство по туризму неоднократно

подчеркивало перспективность и необходимость развития промышленного туризма в различных регионах страны с учетом особенностей ландшафта и их производственным потенциалом [10].

Сегодня очень редко можно найти компанию, готовую открыть свои двери для туристских потоков, особенно делать это регулярно, а не в рамках исключения или развития сотрудничества с партнерами, например, со средними и высшими учебными заведениями. Этому способствует ряд препятствий, например:

- 1) отсутствие экспертов для организации данного рода экскурсий;
- 2) небезопасность производственного процесса для неподготовленных групп туристов;
- 3) отсутствие необходимой инфраструктуры для принятия туристов;
- 4) нежелание отвлекать сотрудников от осуществления ими производственных задач;
- 5) неоправданная закрытость предприятий;
- 6) желание скрыть от конкурентов бизнес-процессы и т.д.

В большинстве случаев производственные экскурсии в субъектах Российской Федерации являются непостоянными. Часто руководители компаний и организаций не ожидают никакого эффекта от организации экскурсий и не преследуют никаких целей. Но в ряде регионов РФ промышленный туризм присутствует на рынке туристических услуг, имея методологическую основу и постоянный характер приобретает положительный эффект для компании и региона в целом.

Таким образом, чтобы превратить промышленный туризм в серьезное направление туристического бизнеса в Российской Федерации, потребуются значительные усилия, в то время как главная проблема сегодня связана не со спросом, а с предложением. Так как в настоящее время в России существует

проблема с поиском предприятий, организаций или компаний, которые хотят и готовы принимать посетителей.

1.2 Исследование туристической привлекательности объектов промышленного туризма в Пензенской области

Промышленное производство занимает лидирующие позиции в экономике Пензенской области и оказывает значительное влияние на социально-экономическое состояние региона, так как именно промышленная отрасль обеспечивает самые высокие темпы роста объемов производства, производительности труда и идентифицирует развитие прочих отраслей.

Промышленный комплекс Пензенской области включает более 2,2 тыс. крупных, средних и малых предприятий, на которых работают около 80 тыс. человек, что составляет 21,3 % от общего числа занятых в экономике региона, и обеспечивает около 50 % налоговых поступлений в бюджеты всевозможных уровней. Доля промышленного производства в структуре ВРП Пензенской области составляет 25 %.

По итогам 2020 г. индекс промышленного производства составил 107,3 %, что обеспечило Пензенской области 1-е место среди субъектов Приволжского федерального округа и 9 место в России. Промышленный комплекс Пензенской области отгрузил продукцию на сумму 285,7 млрд руб., или 114,8 % по сравнению с 2019 г. Доля отгруженной продукции предприятиями Пензенской области в общем объеме ПФО составила 2,3 %.

Основную долю в структуре промышленного комплекса занимают «обрабатывающие производства» – 89,3 %. На вид экономической деятельности «обеспечение электроэнергией, газом и паром» приходится – 7,7 %, «водоснабжение и утилизация отходов» – 2,3 %, на «добычу полезных ископаемых» приходится – 0,7 % (см. рисунок 5).

Более 450 пензенских предприятий и организаций экспортируют свою продукцию в 80 стран мира. Объем экспортной продукции в промышленности вырос на 32 % по сравнению с 2019 г. и составил 273,1 млн долл. США [16].

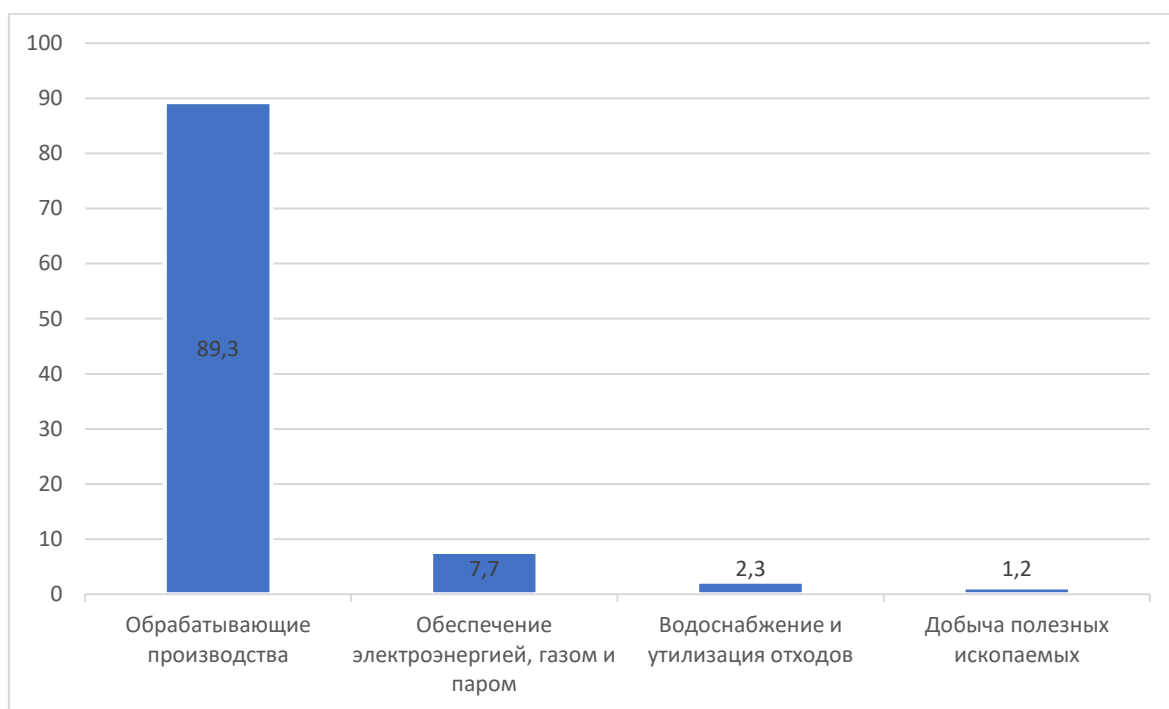


Рисунок 5 – Структура промышленного комплекса Пензенской области

Промышленное производство Пензенской области представлено следующими отраслями: электроэнергетика, топливная, черная металлургия, химическая и нефтехимическая, машиностроение и металлообработка, лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная, строительных материалов, стекольная и фарфорово-фаянсовая, легкая, пищевая, мукомольно-крупяная и комбикормовая. Наибольший удельный вес в структуре экспорта занимает продукция машиностроения и металлообработки, продовольственные товары, мебель и текстиль.

Особо важными видами промышленности в субъекте являются: производство сложных наукоемких электромеханических, электронных и радиотехнических приборов и систем, техники специального назначения (ФГУП ФНПЦ «ПО «Старт им. М.В. Проценко», АО «ПО «Электроприбор», АО «Радиозавод», АО «ПНИИЭИ», АО «НПП «Рубин»), разработка приборов для

ракетно-космической техники и стартовых наземных сооружений (АО «НИИФИ») [6].

Кроме того, в Пензенском регионе ведущие отрасли промышленности представлены более 60 крупными и средними предприятиями [24], важнейшие виды продукции которых можно увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Ведущие отрасли промышленности Пензенской области

Наименование предприятия	Отрасль промышленности
ОАО «Пензхиммаш», АО «Биосинтез»	Химическое оборудование, химико-фармацевтическая промышленность (производство антибиотиков)
ОАО «Электромеханика», ОАО «ПЗТП», ООО «ПЗТГ»	Информационно-измерительные системы, средства автоматизации и обеспечения безопасности техпроцессов, применяемых на железнодорожном транспорте и в атомной энергетике
АО «Пензенский текстиль», АО «Сурская мануфактура», ООО «Кузнецкая обувная фабрика», ЗАО ПТФ «Пекоф», ООО «Аскент» ООО «Пензенская текстильная фабрика», Пензенская швейная фабрика им. Клары Цеткин	Отрасль по производству кожи, изделий из кожи и обуви Текстильное и швейное производство
ОАО «Пензадизельмаш», ОАО «Пензкомпрессормаш», ОАО «Пензтяжпромарматура», ОАО «Пензенский арматурный завод», ОАО «НИИПТХиммаш», ОАО «Пензхиммаш», ОАО ППО «ЭВТ», ЗАО «Белинсксельмаш», АО «Сердобский машиностроительный завод», ОАО «Завод «ГРАЗ», филиал ЗАО «Завод «Джи Ти Сэвэн», ООО «СКБТ», ООО «Пензенский велосипедный завод», ПО «Завод имени Фрунзе»	Производство машин и оборудования, промышленная запорная арматура, дизели и дизель-генераторы, автокомпоненты, бензовозы и спецавтомобили, компрессоры, турбокомпрессоры и насосы, велосипеды

Продолжение таблицы 1

Наименование предприятия	Отрасль промышленности
ЗАО «Белинсксельмаш», АО «Пензмаш», ООО «КЗТМ», ООО «Агромеханика»	Сельскохозяйственная техника и оборудо- вание для фермерских хозяйств
Никольский завод «Красный Гигант»	Производство сортовой посуды
ФГУП «ПО «Стартим.Проценко», ОАО «Электромеханика», ОАО «Завод «Эле- тех», ОАО «Радиозавод», ООО «Мета-Куз- нецк», ООО НПП «Сенсор», ООО «Кузнец- кий завод конденсаторов»	Производство электрооборудования, элек- тронного и оптического оборудования
ЗАО «Пензенская кондитерская фабрика», ООО «Каменский маслозавод», Пензен- ский филиал ЗАО МПБК «Очаково», ООО «Пивоваренный завод «Самко», ОАО «Ви- зит», ООО «Невский кондитер», ООО «Се- верянин», ЗАО «Исток», ОАО Мясоптице- комбинат «Пензенский», молочный комби- нат «Пензенский»	Производство пищевых продуктов, вклю- чая напитки и табак
ОАО «Фанерный завод «Власть труда», ЗАО «Дера», ЗАО «Фотон», ООО «Чаада- евский завод древесностружечных плит»	Обработка древесины и производства изде- лий из дерева
ОАО «Маяк», ООО «Маяк Техноцелл», ООО «Маяк-Канц» и ООО «Маякпринт»	Целлюлозно-бумажное производство

В Пензе и Пензенской области существуют сложности организовать поездки на промышленные предприятия города. Они заключаются не только в отсутствии интереса со стороны предпринимателей и руководителей предприятий, но и в невозможности показать производственный процесс, из-за антисанитарных условий труда или, наоборот, из-за строгих требований санитарных норм, предъявляемых к туристам, устаревшим оборудованием и технологиями производства; в отсутствии исторических данных о компании и музеях; в отсутствии персонала, который может рассказать о деятельности компании, производстве, технологиях и т.д.

Однако в Пензенской области реализуются региональный проект среди обучающихся области по формированию их представления работе и деятельности компании и ранней профориентации «Промтур». В рамках этого проекта учащиеся посещают стабильно развивающиеся предприятия и компании. Это дает им представление о различных видах производства и должно способствовать профориентации. Информация о компаниях, которые готовы регулярно принимать туристов в Пензенской области можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2 – Предприятия Пензенской области

№	Наименование промышленного предприятия	Адрес	Веб - сайт
1	ЗАО «Никольский завод светотехнического стекла» с посещением музея	Пензенская обл., г. Никольск, улица Льва Толстого, 170	https://ninaglass.ru/
2	ООО «Кувака» с посещением музея «Живой воды»	Пензенская обл., Каменский район с. Кувака	http://kuvaka.ru/
3	ЗАО «Исток» с посещением производства минеральных вод, безалкогольных напитков и кваса	г. Пенза ул. Рабочая 7	http://www.istok-penza.ru/
4	ОАО «Маяк» с посещением производства картона и бумаги	г. Пенза ул. Бумажников 1	http://www.mayak-penza.ru/
5	ОАО «Молочный комбинат «Пензенский»	г. Пенза, ул. Курская, 70	https://molkom-penza.ru/
6	ЗАО «Пензенская Кондитерская Фабрика»	г. Пенза, ул. Калинина 112 А	https://www.uniconf.ru
7	АО «Пензенский Тепличный Комбинат»	г. Пенза ул. Тепличная 1	https://ptk58.ru/
8	Кондитерская фабрика «Ванюшкины сладости»	Пензенская обл., с. Засечное, ул. Механизаторов, 23	https://vanslad.ru/

ЗАО «Никольский завод светотехнического стекла» является крупнейшим в Российской Федерации и Европе производителем стеклянных плафонов

и рассеивателей для светильников различного назначения – для освещения домашних помещений, офисных и общественных зданий, отелей и супермаркетов, технических и производственных помещений, для освещения садов, парков, открытых площадок (см. рисунок 6).

Кроме того, немалую долю в объеме производства составляет посуда для стола, декоративная посуда и вазы, сувенирные изделия, подсвечники, пепельницы, цветочные горшки и кашпо для флористов. Продукция завода поставляется на российский и европейский рынок, в страны СНГ [20].



Рисунок 6 – Выдувка стекла на ЗАО «Никольский завод
светотехнического стекла»

Туристической привлекательностью данного объекта является то, что на заводе используется выдувка стекла вручную, ручное и автоматическое прессование, малирование, производство центрифужного и выдувного стекла. Изделия матрируются, декорируются красками, аппликациями, алмазной резкой, проходят пескоструйную обработку. Этот процесс не только трудозатратный, но и довольно опасный. Чтобы изготовить одно изделие у мастера может уйти

несколько часов. Именно поэтому посещение производства стеклянных изделий получило огромную популярность у туристов. Кроме того, уже многие десятилетия «Никольский Музей стекла и хрусталя» радует, удивляет, восхищает туристов своими прекрасными, хрупкими экспонатами, талантом их создателей – мастеров и художников, историей древнего стекольного ремесла.

ООО «Кувака» – одно из старейших организаций пищевой промышленности Российской Федерации со 100-летней историей представляет собой известный бренд Пензенской губернии. Основано оно в 1913 г. В. Н. Воейковым, владельцем села Кувака. Уровень качества воды из источника был по достоинству оценен еще в прошлом веке: предприятие было эксклюзивным поставщиком воды для российского императорского двора.

Туристическая привлекательность ООО «Кувака» и музея «Живой воды» включает в себя:

1) Обзорную прогулку по культурно-историческому центру, природному источнику «Кувака» с посещением беседки Русалочки – героини народных сказаний.

2) Посещение источника (купели) – отреставрированного старинного помещения 19 в., которое наполняет энергией воды и предоставляет ощущение свежести и новизны.

3) Посещение:

– фото-художественной галереи: фотографии известных гостей источника «Кувака»;

– посещение старинного производства в миниатюре - цеха ручного труда;

– посещение кладовой графа В.Н. Воейкова;

– посещение центрального зала, где туристам повествуют о веках исторического формирования знаменитого российского источника и просмотр демонстрационного фильма;

– посещение дегустационного центра.

4) Экскурсию в этнографический проект со сменой экспозиций «Кувакская изба», которая демонстрирует быт и колорит народностей, проживающих на территории Пензенской губернии.

5) Дегустацию ароматного чая из Кувакских трав с душистым медом с пасеки Кувака [22].

ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» – это современное предприятие, перерабатывающее в сутки 250 тонн молока. Благодаря недавно построенной обзорной галерее, туристы своими глазами могут увидеть процесс пастеризации и розлива молока, кефира и ряженки. Особый интерес у гостей комбината вызывает разлив продукции в РЕТ-бутылки и пакеты ТГА, а также изготовление сыров [21].

АО «Пензенский тепличный комбинат» – это комплекс теплиц на территории города Пенза общей производительной площадью более 16 га., который обеспечивает полный цикл производства овощей: выращивание, хранение и доставку к местам продаж заказчика. Огромная территория данного объекта поражает воображение туристов. На комбинате гости узнают, как выращиваются разные виды овощей, салатов и зеленных культур, а также могут поучаствовать в мастер-классах и дегустации (см. рисунок 7).

Программа экскурсии разработана для различных категорий граждан, в ходе которой гости могут познакомиться с историей развития предприятия, новыми инновационными технологиями, применяемыми при производстве сельскохозяйственной продукции в защищенном грунте [19].



Рисунок 7 – Экскурсия по АО «Пензенский тепличный комбинат»

Все вышесказанное говорит о том, что невзирая на некоторые трудности в организации промышленного туризма в отечественных компаниях и предприятиях Пензы, перспективы развития промышленного туризма высоки. Развитие данного вида туризма поможет туроператорам Пензенской области расширить спектр предоставляемых услуг, привлечь новый сегмент туристов и развивать внутренний туризм, который в дальнейшем позволит им получать дополнительную прибыль. Вдобавок, промышленный туризм помогает профессиональной ориентации молодежи и повышению ее образованности, а городу дает широко известные предприятия и бренды.

1.3 Роль промышленного туризма в развитии бренда территории

В сегодняшнем мире территории конкурируют друг с другом и стремятся к самоутверждению и выбору экономической структуры, способной обеспечить их безопасное положение. В условиях устойчивого роста конкуренции в равных экономических условиях, такие маркетинговых категории, как бренд и имидж, важны для сопоставления географических районов, расположенных в идентичных экономических условиях. В этом контексте многие страны и города стремятся продвигать свои территории и создавать собственные бренды, которые определяют туристическую привлекательность региона.

Данная тенденция характеризуется тем, что в последнее время туризм стал одной из важнейших отраслей мировой экономики, которая определяет благосостояние регионов. Отметим, что «туризм – многопрофильная индустрия, включающая гостиничное хозяйство, транспорт, сектор общественного питания, культурно-досуговые организации и сектор дополнительных услуг». Туризм становится источником создания новых рабочих мест, а также источником развития предприятий индустрии туризма по всему миру. Тем не менее нарастающая конкуренция по привлечению туристов потребовала от административно-территориальных образований новых методов и подходов. Одним из наиболее эффективных методов при этом стал брендинг региона как

туристской территории – брендинг играет чрезвычайно важную роль, поскольку включает в себя продвижение услуг и товаров, относящихся к туристской индустрии.

Эта тенденция характеризуется тем, что в последнее время туризм стал одним из важнейших секторов мировой экономики, определяющий благосостояние регионов. Следует отметить, что туризм представляет собой многопрофильную индустрию, включающую проживание, транспорт, общественное питание, культурные и рекреационные предприятия, а также дополнительные услуги. Туризм становится источником создания новых рабочих мест, а также источником развития туристических компаний по всему миру. Тем не менее, растущая конкуренция по привлечению туристов потребовала от административно-территориальных образований новых методов и подходов. В этом случае одним из наиболее эффективных методов стал брендинг региона, как туристской территории – брендинг играет чрезвычайно важную роль, поскольку он подразумевает развитие услуг и продуктов, связанных с туристической отраслью.

В настоящее время в каждом регионе имеет место создание комплекса различных маркетинговых мероприятий по развитию туризма, благодаря которым складывается положительное отношение к региону и его узнаваемости. Позиционирование положительного имиджа региона, который должен быть уникальным, становится необходимым критерием развития брендируемой туристской территории.

Брендинг территории – это процесс создания и управления брендом, который включает в себя формирование, продвижение, развитие и репозиционирование бренда. Брендинг региона основан на использовании технологий для создания его уникального имиджа и формирования отношения к нему определенной целевой аудитории. Кроме того, имидж бренда является предпочтительным средством отличия одного региона от других и в то же время одним из основных способов реализации конкурентных преимуществ региона. Таким

образом, брендинг региона создан для привлечения внимания возможных потребителей туристических услуг.

Основной задачей брендинга туристской территории является выделение, позиционирование и усиление ее сильных сторон, которые в большинстве случаев ложатся в основу формирования туристского бренда. Бренд региона как туристской территории выражает основные ценности территории, ее цели, миссию в туризме и помимо вышеперечисленного основные типы туристических ресурсов [12].

Территориальный брендинг нацелен на создание конкурентных преимуществ региона над другими регионами, усовершенствование их имиджа, повышение популярности и славы в глазах туристов. В этом отношении промышленный туризм играет важную роль в развитии бренда территории. Перспективы его развития в Российской Федерации заключаются в том, что в условиях объявленных экономических санкций ряда западных государств использование туристско-рекреационного потенциала как направления устойчивого развития регионов страны, основанного на максимальном использовании местных ресурсов, приобретает все большее значение в туристической сфере.

Разработкой базы промышленных объектов в стране занимается ряд специализированных научных институтов и заведений, а также государственных комиссий в рамках работы управления Ростуризма. В 2020 г. Агентством стратегических инициатив было подписано 17 соглашений о развитии промышленного туризма с разными регионами, таким образом обозначив роль и значение промышленного туризма как важного звена в продвижении региональных брендов и позиционирования продукции на рынке. С учетом локальной специфики формируется стратегия продвижения промышленного туризма в каждом регионе [26].

Готовые программы промышленного туризма уже существуют в 30 регионах РФ. При этом в 10 регионах созданы комитеты по развитию промышленного туризма, над программой вместе с АСИ (Агентство стратегических инициатив) работают Минпромторг, Фонд развития моногородов, Ростуризм

и Минсельхоз в части агротуризма. Развитию промышленного туризма способствует, с одной стороны, тенденции к открытости бизнеса и мода на красивые технологические программы, с другой стороны, спрос туристов, которым недостаточно просто посетить музеи, им интересно посмотреть региональные бренды и развитие делового туризма, когда люди готовы отправиться в другой регион или страну, для того чтобы обменяться опытом и технологиями.

Многие российские и иностранные туристы, заинтересованы в посещении промышленных предприятий России, опровергнуть мнение о том, что в Российской Федерации используется старое оборудование, обеспечивающее производственные мощности, работают на старых ручных станках и не отвечают стандартам качества. Они смогли бы увидеть, что во многих субъектах Российской Федерации имеются современные химические и металлургические производства, не имеющие аналогов во всем мире.

В основном руководители организаций и компаний приписывают промышленному туризму функцию продвижения конечного продукта или, если посетители не являются его прямыми потребителями, самой компании. Принцип «нам нечего скрывать, приходите и посмотрите» – отличный маркетинговый инструмент, часто используемый производителями по всему миру. Участники производственных экскурсий будут иметь возможность убедиться в том, что компания соответствует стандартам и требованиям, установленным для ее продукции [4].

Развитие промышленного туризма значительно повышает привлекательность путешествий по России, что способствует популяризации рабочих профессий. В настоящее время данный сегмент практически не работает: только некоторые компании понимают, зачем открывать свои двери туристам.

Однако следует отметить, что развитие промышленного туризма в России находится на довольно низком уровне, отсутствует четкое взаимодействие между промышленными компаниями, государством, образовательными организациями и торгово-промышленными палатами в части координации совместных действий по реализации на региональном уровне. Это направление

может эффективно работать с учетом существующих производственных мощностей в каждом регионе за счет собственных заслуг, продвижения и развития малого и среднего бизнеса, что также является фактором развития бренда территории и может стать его конкурентным преимуществом.

Процесс промышленного развития регионов по-разному влияет на формирование туристической индустрии. На первый взгляд, значительная экологическая нагрузка на регионы негативно сказывается на их привлекательности, а с другой стороны, успешная работа промышленных организаций при определенных условиях способствует развитию промышленного туризма. Кроме того, отрасль туризма содействует диверсификации экономики городов и районов, которые в советский период времени были известны как основные промышленные центры, но позже оказались в списке депрессивных территорий по причине экономического спада и закрытия организаций. Поэтому определение маркетинговых возможностей и стратегических приоритетов пока еще недостаточно распространенного вида туристической деятельности – промышленного туризма на территории промышленных регионов становится актуальным.

Разработка инновационных промышленных туров для действующих предприятий может стать отличным инструментом маркетингового продвижения компаний и инструментом привлечения туристических групп в города регионов России. Реализация проектов развития производственных туров будет способствовать решению последующих направлений:

- развитию туризма в регионах России, совершенствованию их сервисной, транспортной и туристской инфраструктуры;
- продвижению продукции местных компаний и организаций;
- популяризации национальных и региональных промышленных брендов [5].

Значение промышленного туризма для экономики субъекта можно рассматривать как на микро, так и на макроэкономическом уровнях. Развитие промышленного туризма на макроуровне адресовано не на отдельную организацию, а на развитие всей экономики региона. Промышленный туризм

представляет собой результативный механизм создания и продвижения позитивного имиджа территории и эффективным методом привлечения инвесторов и туристов. Кроме того, проекты по внедрению промышленного туризма придадут импульс прочим секторам экономики субъекта, связанным с оказанием туристского потока.

Внедрение промышленного туризма на региональном уровне будет оказывать значительное воздействие на региональный бюджет за счет налоговых поступлений, связанных с ростом оборота, развитием малого и среднего бизнеса, инвестиционной привлекательностью, прямой и косвенной занятостью и прочими факторами. Взаимодействие владельцев производственных объектов, туристских компаний, местных историков и местных историков и краеведов ведет к созданию государственно-частного партнерства. Городской бюджет получает выгоду от стимулирования реализации местных продуктов и услуг.

Промышленный туризм предоставляет множество возможностей для привлечения внешнего капитала в развитие регионов, так как он представляет продукцию предприятий в лучшем виде, знакомит с производственными мощностями и позволяет исследовать внутреннюю жизнедеятельность предприятий [8].

Преимущество организации и развития промышленного туризма на микроуровне заключается в увеличении объемов выпускаемой продукции в той или иной организации, улучшении качества продукции, создании позитивного имиджа предприятия, продвижении бренда компании, привлечении инвесторов, поиске молодых профессионалов [10].

Как отметил глава Федерального агентства по туризму Олег Сафонов: «Туры на ведущие российские предприятия наполняют жителей РФ чувством гордости за свою страну, снижают масштабы миграции молодежи из регионов в столицу». Социально-образовательную и экономическую значимость промышленного туризма трудно переоценить, многие производственные объекты в стране только ждут, когда их откроют для отечественных и иностранных

туристов. В то же время закрытые промышленные объекты также имеют особую туристическую ценность и их стоит исследовать, по крайней мере, с исторической точки зрения [15].

Таким образом, открытие промышленных объектов для туристов является перспективой развития отечественной туристической отрасли. Многие заводы, фабрики и организации открыли собственные двери для отечественных и зарубежных туристов. Их опыт принимают малые предприятия, заинтересованные в дальнейшем развитии [7].

Регионы Российской Федерации, которые в настоящее время не вполне активно принимают участие в программе развития промышленного туризма, ведут работу над подготовкой туристских объектов, созданием новых интересных маршрутов и формированием обновленного ассортимента туристских предложений. Ведь развитие промышленного туризма, прежде всего, приток инвестиций, новых капиталов, новых экономических связей, возможностей построения партнерских отношений, перспектив и реализации имеющегося потенциала.

Все вышесказанное говорит о том, что в целях эффективного и оптимального использования потенциала региона, увеличения его инвестиционной привлекательности и брендинга территории необходимо совершенствовать теоретические и научно-методологические подходы к разработке стратегии развития промышленного туризма.

2 Разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области

2.1 Разработка рекомендаций по развитию промышленного туризма в Пензенской области

Промышленный туризм, как отрасль активно развивается во всем мире уже более 100 лет. Благодаря развитию промышленного туризма предприятие получает туристский продукт, который становится инструментом:

- продвижения;
- профессиональной ориентации школьников и студентов;
- укрепления имиджа предприятия;
- инвестиционной привлекательности;
- поддержки и рекламы бренда;
- получения дополнительной прибыли от экскурсионных услуг;
- создания доверия к продукции;
- обучения персонала и укрепления корпоративной культуры;
- демонстрации новых и инновационных технологий.

Инвестиционная привлекательность региона состоит из множества составляющих, среди которых туризм занимает достойное место. Именно поэтому развитие промышленного туризма в регионе подтверждает высокий научно-технический потенциал региона и способствует:

- продвижению региона, как на государственном, так и на международном уровне;
- созданию положительного имиджа и инвестиционной привлекательности;
- продвижению и формированию регионального бренда;
- демонстрации успешных предприятий;
- развитию экспортного потенциала предприятий региона;
- развитию малого и среднего бизнеса;

- бюджетным поступлениям от продажи товаров и услуг;
- профориентации для школьников и студентов;
- развитию делового и международного туризма через обмен опытом;
- привлечению профессиональных кадров;
- развитию туристской отрасли области;
- формированию условий для создания нового вида несырьевого экспорта.

Развитие промышленного туризма в Российской Федерации может положительно повлиять на туристскую привлекательность, так как туристическая отрасль получает:

- новый востребованный туристический продукт;
- развитие профессиональной ориентации для школьников;
- новое туристское позиционирование;
- развитие туров выходного дня;
- инструмент увеличения туристского потока;
- развитие делового и международного туризма;
- развитие инфраструктуры сервиса и гостеприимства;
- развитие культурно-познавательного туризма;
- развитие малого и среднего бизнеса в туризме;
- развитие детского туризма и продвижение образовательных программ;
- создание новых рабочих мест для туристской инфраструктуры.

Все вышесказанное, позволит увеличить поступления городского бюджета государства за счет стимулирования продажи товаров и услуг. Кроме того, организация экскурсий на предприятии станет одним из процессов укрепления промышленного бренда регионов Российской Федерации.

Пензенская область имеет серьезные предпосылки для развития промышленного туризма:

1) Уникальные промышленные предприятия по производству сложных наукоемких электромеханических, электронных и радио-технических приборов и систем, техники специального назначения: ФГУП ФНПЦ «ПО

«Старт им. М.В. Проценко», АО «ПО «Электроприбор», АО «Радиозавод», АО «ПНИИЭИ», АО «НПП «Рубин», ЗАО НПП «МедИнж», разработка приборов для ракетно-космической техники и стартовых наземных сооружений АО «НИИФИ» и многое другое.

2) Доступность развитой инфраструктуры областного центра и обеспеченность территории инженерными и транспортными коммуникациями. Близость к международному аэропорту, железнодорожным станциям, развитость автодорожной сети.

3) Наличие капитальных производственных строений в хорошем состоянии, которые могут стать частью экспозиции и взять на себя первоочередную роль в развитии промышленного туризма региона.

4) Редкие экземпляры оборудования и механизмов, вышедших из употребления и представляющих антикварную ценность.

5) Разнообразие природных ландшафтов, необычные пространства, масштаб и монументальность.

Для организации промышленного туризма в регионе, можно предложить следующие мероприятия:

1) Подписание соглашения о сотрудничестве и развитии промышленного туризма между государственным органом исполнительной власти Пензенской области с автономной некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» и агентством бизнес-туризма (например, ООО «Майс Маркет») - разработчиком промышленных туров, так как организация промышленного туризма является стратегически важным направлением формирования устойчивой социально-экономической и туристской привлекательности России.

Предметом соглашения о сотрудничестве является совместная деятельность сторон в области развития промышленного туризма. В рамках соглашения о партнерстве стороны принимают решение об объединении опыта, потенциала, административных и информационных ресурсов.

Практическое выполнение соглашения о сотрудничестве заключается во внедрении методических рекомендаций в секторе промышленного туризма в регионах Российской Федерации, а результатом деятельности является разработка новых производственных экскурсий и рассмотрение действующих производственных туров на территории Пензенской области.

2) Принятие регламента взаимодействия государственных органов исполнительной власти Пензенской области с предприятиями и организациями, заинтересованными в развитии промышленного туризма. Органам исполнительной власти Пензенской области рекомендуется обеспечить нормативно-правовую базу государственной поддержки промышленного туризма с целью организации сотрудничества производственных предприятий с органами государственной власти и местного самоуправления, подведомственными учреждениями и организациями.

К числу элементов регионального нормативно-правового регулирования относится порядок взаимодействия органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, подведомственных им государственных учреждений с предприятиями и организаторами промышленных туров.

3) Создание совета по вопросам организации промышленного туризма на территории Пензенской области – площадки взаимодействия предприятий, организаций-участников промышленного туризма и органов исполнительной власти. Совет может быть учрежден в качестве консультативного органа с учетом специфики направлений промышленного туризма.

Основными задачами совета по туризму могут стать:

- определение общей стратегии развития промышленного туризма в регионе Российской Федерации;
- формирование качественных и количественных показателей развития промышленного туризма в регионе за период, определенный в положении о совете;
- формирование координационных и совещательных органов в поддержку промышленного туризма Пензенской области;

- анализ ресурсов, связанных с организацией и поддержкой промышленного туризма;
- подготовка рекомендаций и предложений по развитию промышленного туризма;
- взаимодействие между промышленными предприятиями, туроператорами и органами государственной исполнительной власти Пензенской области;
- анализ проведенных мероприятий по продвижению промышленного туризма в регионе и оценка их эффективности;
- принятие мер по научно-практическому и методическому обеспечению проекта развития промышленного туризма Пензенской области;
- методическое обеспечение органов местного самоуправления, руководства предприятий и содействие им в разработке производственных экскурсий;
- формирование карты промышленного туризма субъекта Российской Федерации с целью дальнейшего создания единой карты промышленного туризма Российской Федерации;
- рекомендации о поощрении, награждении региональных предприятий, туристских организаций, разработчиков экскурсий, экскурсоводов и других лиц, участвующих в развитии промышленного туризма в Пензенской области.

В состав регионального совета могут войти ответственное лицо за организацию промышленного туризма в регионе, орган исполнительной власти Пензенской области, руководители или представители предприятий и организаторов производственных экскурсий, Туристско-информационный центр Пензенской области, представители туристской сферы региона, общественные объединения и предприятия, представители организаций, планирующих разработку производственных экскурсий на своей территории.

4) Создание единого реестра промышленных предприятий, который бы отражал возможность посещения промышленных экскурсий Пензы и Пензенской области. Согласно утвержденному положению о проекте «Развитие

промышленного туризма на территории субъекта РФ», реестр промышленных предприятий Пензенской области может создать лицо, возглавляющее ответственный орган исполнительной власти по развитию промышленного туризма в регионе.

Региональный реестр промышленных предприятий и сервисных компаний может отражать общую картину развития направления в регионе и регулировать, какие предприятия относятся к объектам промышленного туризма и какие характеристики они должны иметь.

На основе анализа реестра промышленных предприятий предлагается разработать план развития промышленного туризма и начать работу с руководством этих предприятий и хозяйственных подразделений, согласно положению о проекте «Развитие промышленного туризма на территории субъекта РФ».

5) Создание «Карты промышленного туризма Пензенской области» с целью показа промышленного потенциала региона, демонстрации всего ассортимента выпускаемой продукции и услуг компаний. Карта представляет собой электронную интерактивную карту с отмеченными на ней предприятиями промышленного туризма и служащая иллюстрацией развития промышленного туризма в регионе. Она отличается ярким оформлением и снабжена дополнительными материалами (текстами, фотографиями, инфографикой, видео) для использования в презентации туристского потенциала региона. В ходе написания работы нами был разработан пример «Карты промышленного туризма Пензенской области», его можно увидеть на рисунке 8.

Цель создания карты – показать формирование единой площадки территориального размещения предприятий, хозяйствующих субъектов и сервисных служб, развивающих промышленный туризм, предлагающих экскурсионную программу на территории Пензенской области.



Рисунок 8 – Пример карты промышленного туризма для Пензенской области

На основании реестра промышленных предприятий и «Карты промышленного туризма Пензенской области» формируется единая «Карта промышленного туризма России». Промышленный туризм рассматривается как одно из перспективных направлений российской туристической индустрии, способных придать дополнительный импульс устойчивому социально-экономическому развитию регионов и страны, поэтому актуальная карта промышленного туризма будет служить одновременно иллюстрацией развития этого направления, инструментом для привлечения новых участников процесса, а также туристов, интересующихся промышленными экскурсиями.

6) Оказание информационной поддержки и популяризация промышленного туризма в Пензенской области. В Пензенской области может быть разработан и утвержден план информационной поддержки по промышленному туризму и продвижению промышленных экскурсий. Информацию о проекте «Развитие промышленного туризма на территории субъекта РФ» и о мерах государственной поддержки можно разместить на официальном сайте муниципальных образований и органов исполнительной власти Пензенской

области, а также в государственных и муниципальных средствах массовой информации.

Также для информационной поддержки и популяризация промышленного туризма в Пензенской области рекомендуется на сайте «Туризм, отдых и путешествия» создать раздел промышленного туризма, содержащий информацию о промышленных турах в регионе и предприятиях, где они проводятся.

7) Организация профессиональной ориентации школьников и студентов в рамках развития промышленного туризма на территории Пензенской области. Органам исполнительной власти Пензенской области для создания эффективной профориентационной деятельности и развития промышленного туризма рекомендуется:

- включить в региональные государственные программы развития профориентационной работы экскурсии учащихся на предприятия.

- реализовать на предприятиях-организаторах промышленного туризма практико-ориентированные программы производственных экскурсий для школьников различных возрастов с учетом востребованных в регионе профессий и передовых технологий;

- поручить муниципалитетам обеспечить координацию профориентационной работы со школьниками и их родителями, обеспечить доступ к информации о предприятиях-организаторах производственных экскурсий региона РФ.

Пример производственной экскурсии в рамках развития промышленного туризма на территории Пензенской области рассмотрен в пункте 2.2.

Перечисленные рекомендации позволяют сделать сферу промышленного туризма Пензенской области более систематизированной и сфокусироваться на поддержке и развитии сильных сторон сферы, ориентироваться на перспективные предприятия, организации и компании Пензенской области, которые обладают наибольшими возможностями для развития и совершенствования промышленного туризма в регионе.

2.2 Пример организации производственной экскурсии на ООО «Каменский маслозавод»

На сегодняшний день сегмент промышленного туризма рассматривается российскими туристическими компаниями, как один из наиболее перспективных видов туризма в стране. Посещение промышленных организаций и предприятий представляет интересный опыт для людей разных профессий и возрастов, а также возможность посмотреть, как производятся различные товары и продукты.

Кроме того, организация экскурсий по существующим производственным организациям может стать неожиданным фактором развития российских городов и промышленных предприятий. Позволяя туристам посещать предприятия, компании повышают доверие к своей продукции, создают положительный имидж, а также формируют лояльность потребителей, тем самым продвигая себя на рынке в целом. К тому же, превращение производства в туристическое направление способствует улучшению делового климата и трудовых отношений. Сотрудники предприятий и компаний понимают для чего необходимо проводить уборку в цехах, носить чистую рабочую форму и содержать оборудование в презентабельном виде. Городской бюджет также выигрывает от стимулирования продажи продукции местных предприятий. Регион получает новый бренд, новые неожиданные и привлекательные элементы имиджа, а также множество промышленных туристов, как источника дохода для городского бюджета.

Согласно утвержденному положению о проекте «Развитие промышленного туризма на территории субъекта РФ», экскурсия – это «организованный, сопровождаемый объяснениями показ чего-либо (произведений искусства, памятников прошлого, каких-либо сооружений, механизмов и т.д.), проводимый по определенному плану с образовательной или ознакомительной целью».

В ходе написания работы нами была разработана экскурсия на ООО «Каменский маслозавод» – «Милк-тур». Целью экскурсии является формирование

позитивного, привлекательного образа организации ООО «Каменский маслозавод», представление структуры современного производства, информирование о технологиях и преимуществах выпускаемой продукции, достоинствах профессий и возможностях взаимовыгодного сотрудничества.

Для достижения цели экскурсии необходимо решить ряд задач:

- 1) познакомить экскурсантов с историей развития промышленного предприятия ООО «Каменский маслозавод»;
- 2) показать объекты и технологический процесс производства продукции;
- 3) расширить представления целевой аудитории о содержании профессий, образовании, профессиональной пригодности;
- 4) показать уровень организации труда, коллективной работы и трудовые традиции предприятия.

В зависимости от цели экскурсии была определена целевая аудитория: школьники 9 – 11 классов и студенты; взрослые люди (потенциальные потребители компании).

Количество участников производственных экскурсий является основой учета посетителей и определяется, исходя из возможностей и специфики предприятия, размеров осматриваемых помещений и габаритов оборудования. Именно поэтому при проектировании экскурсии на ООО «Каменский маслозавод» необходимо было учитывать действующие нормативно-правовые акты предприятия, которые предписывают единовременное посещение производства в количестве 18 человек (17 экскурсантов и одного сопровождающего).

По содержанию производственная экскурсия на ООО «Каменский маслозавод» относится к тематической. По форме проведения производственная экскурсия является обзорной по предприятию. Данная экскурсия знакомит с историей, технологией производства, работой отдельных цехов, участков, условиями труда и основными профессиями, не углубляясь в профессиональные термины.

С учетом передвижения, показа, рассказа, наблюдения за технологическим процессом, работой конвейера и дегустацией продолжительность экскурсии составляет 5 часов.

Нитка маршрута: Привокзальная площадь станции Пенза 1 – ООО «Каменский маслозавод» (г. Каменка) - Привокзальная площадь станции Пенза 1, схема маршрута представлена на рисунке 9.

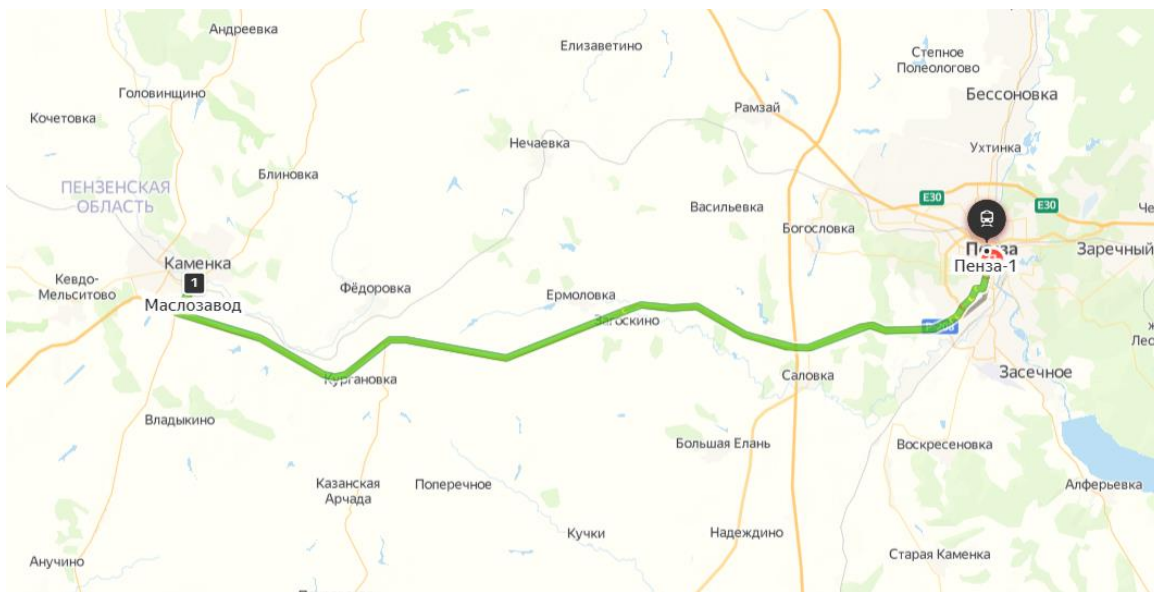


Рисунок 9 – Схема маршрута производственной экскурсии

По способу передвижения производственные экскурсии являются пешеходными. Они дают возможность экскурсантам почувствовать себя участниками производственного процесса, ближе познакомиться с технологией производства, оценить качество выпускаемой продукции. Но так как экскурсия на ООО «Каменский маслозавод» берет свое начало на Привокзальной площади станции Пенза 1, экскурсия является комбинированной, автобусно-пешеходной. Такие экскурсии состоят из двух частей: рассказа по ходу движения автобуса и показа производственного предприятия. Текст по ходу движения автобуса знакомит экскурсантов со становлением промышленного производства Пензы и Пензенской области и представлен далее в тексте экскурсии.

Согласно, ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» была разработана программа экскурсии,

она представлена в таблице 3, технологическая карта экскурсии и план предприятия ООО «Каменский маслозавод» представлены в «Портфеле экскурсовода» в приложении Б.

Таблица 3 – Программа экскурсии «Милк-тур»

Время	Мероприятия
09:00	Начало экскурсии Встреча экскурсантов на Привокзальной площади станции Пенза 1 и посадка их в автобус
09:30	Отправление экскурсионного автобуса от Привокзальной площади станции Пенза 1 в г. Каменка
09:40	Рассказ экскурсовода по теме «Становление промышленного производства в Пензе и Пензенской области» Рассказ осуществляется экскурсоводом с использованием аудио и видеоаппаратуры по ходу движения автобуса
11:00	Осмотр здания, посещение промышленного предприятия ООО «Каменский маслозавод», дегустация продукции
13:00	Отправление экскурсионного автобуса от ООО «Каменский маслозавод» в г. Пенза
14:00	Прибытие экскурсионного автобуса на Привокзальную площадь станции Пенза 1

Текст производственной экскурсии на ООО «Каменский маслозавод» – «Милк-тур» состоит из следующих тем: информационно - организационная часть вступления, подтемы «Становление промышленного производства в Пензе и Пензенской области», подтемы «Знакомство с историей развития промышленного предприятия ООО «Каменский маслозавод»», подтемы «Производство одного из самых масштабных и ультрасовременных молочных предприятий Пензенской области».

1) Информационно - организационная часть вступления;

Здравствуйте, дорогие экскурсанты! Меня зовут Юлия Евгеньевна и сегодня я буду вашим экскурсоводом. Позвольте представить вам водителя автобуса, который будет помогать нам в течении всей нашей экскурсии – это Константин Олегович Постнов.

Сегодня мы отправляемся в один из крупнейших молочных комплексов Пензенской области ООО «Каменский маслозавод». На полках супермаркетов вы наверняка встречали эту молочную продукцию. А теперь у вас есть возможность отправиться в ее «сердце», на производство! Здесь вам удастся полакомиться вкуснейшими и экологически чистыми продуктами и увидеть изнутри, как организовано одно из самых масштабных и ультрасовременных молочных предприятий Пензенской области.

Название нашей производственной экскурсии «Милк-тур». Экскурсия будет длиться 5 часов. На маршруте нашей экскурсии вы познакомитесь с историей развития маслозавода, увидите непосредственный процесс производства и побываете на дегустации продукции. В конце экскурсии мы вернемся на место начала нашего маршрута.

Пожалуйста, имейте в виду, что ваша безопасность является для нас самым большим приоритетом. Во время нашей поездки прошу соблюдать некоторые правила безопасности: пристегивайтесь ремнями безопасности, при движении автобуса не вставайте со своих мест и не ходите по салону автобуса, во время остановок не подходите близко к обочине и не выходите на проезжую часть.

Так же хочу напомнить о правилах поведения на маршруте: прошу не курить, не сорить в салоне автобуса и не выбрасывать мусор из окон, как и не опаздывать к назначенному времени. При выходе из автобуса и входе будьте вежливы, не торопитесь. Во избежание недоразумений, при движении группы от автобуса до объекта и от объекта до объекта необходимо держаться вместе всей группой.

Во время нашей экскурсии на предприятии прошу также соблюдать некоторые правила безопасности. Для того чтобы попасть на производство необходимо будет одеть комплект одноразовой защитной одежды. Комплект состоит из халата, шапочки на волосы и бахил. Кроме того, необходимо соблюдать масочно-перчаточный режим. Во время экскурсии на производстве ничего трогать руками не надо, во избежание форсмажорных ситуаций.

На фотографирование и покупку сувениров будет отведено дополнительное время, поэтому попрошу не отвлекать экскурсовода. Если у вас возникли вопросы, в конце экскурсии я радостью на них отвечу. Пожалуйста, не стесняйтесь меня спросить. Ну что ж, теперь я думаю мы готовы отправиться в наше путешествие. Желаю всем хорошего настроения!

2) Подтема «Становление промышленного производства в Пензе и Пензенской области»;

22 июня 1941 г. произошло нападение фашистской Германии на СССР и началась Великая Отечественная война (ВОВ). Во время войны около 312 тыс человек из городов и сел Пензенской области были призваны или добровольно ушли на фронт. У станков, на фермах и в полях мужчин сменили старики, женщины и дети. Более 190 тыс пензенцев не вернулись с фронта.

Вклад Пензы и Пензенской области во время Великой Отечественной войны (ВОВ) неоспорим. Жители Пензенской области заслужили большое уважение, обладая не только сильным характером, но и смелостью они воевали, лечили и заботились о людях. В первые же дни ВОВ Пензенская область начала список своих героев.

Народным комиссаром минометного вооружения в годы войны был генерал-полковник инженерно-технической службы Пётр Иванович Паршин – уроженец г. Каменка. П. И. Паршин – лауреат Сталинской премии, внес неоценимый вклад в развитие Сурского края, как промышленного региона.

Во время войны главным хирургом Красной Армии был генерал-полковник медицинской службы Николай Нилович Бурденко из города Каменка. Он был членом Чрезвычайной Государственной Комиссии по установлению и расследованию злодеяний немецко-фашистских захватчиков и их сообщников.

Одним из первых встретил врага на белорусской границе, наш земляк, уроженец из села Селикса, ныне села Кижеватово Бессоновского района Андрей Митрофанович Кижеватов. Лейтенант, пограничник, защитник Брестской Крепости, Герой Советского Союза.

Василий Григорьевич Морозов (1921-1953) старший лейтенант, связист из города Кузнецка. Он со многими пензенцами-фронтовиками дошел до Берлина, они оставили свои фамилии и надписи на стенах Рейхстага «А мы из Пензы».

В годы Великой Отечественной войны Пензенская область развивалась как значительная тыловая база, обеспечивающая Советскую армию боеприпасами, снаряжением, продовольствием, воинскими формированиями, медицинским обслуживанием.

Сельские работники Пензенской области внесли существенный вклад в оказание помощи фронту. Во время войны колхозы и совхозы области передали Родине 60 млн пудов хлеба, много другой сельскохозяйственной продукции. На собранные средства в Пензенской области построены: подводная лодка, 2 торпедных катера – «Пензенский Комсомолец» и «Пензенский Пионер», танковая колонна «Пензенский Комсомолец», 39 авиаэскадрилий.

Около 250 Героев Советского Союза и полных кавалеров Ордена Славы были даны нашим регионом в годы Великой Отечественной войны. Поэтому вклад Пензенской области в победу неоспорим. С начала войны Пензенская область начала работу на фронте. Все понимали, что фронту нужно оружие и снаряжение, боеприпасы и продовольствие.

Вскоре после начала ВОВ предприятия с оборудованием и рабочие из западных регионов страны стали переезжать в Пензенскую область. Их устанавливали на заводах и фабриках Пензы, Кузнецка, Каменки, Никольска.

В летние и зимние сезоны 1941–1942 гг. из Москвы, Курска, Украины и Белоруссии в регион эвакуировано около 50 промышленных предприятий, в том числе 13 инженерных. Сплоченная команда вместе с жителями города установила машины и оборудование в холодных, незастроенных зданиях. Наши соотечественники вместе с эвакуированными выпускали на фронт мины, снаряды, бутылки с зажигательной смесью, минометы и всем известную «Катюшу». Пензенский завод им. Фрунзе производил мины, авиабомбы, а также артиллерийские снаряды, оснащенные пиротехническими средствами.

В послевоенное время Пензенская область начала превращаться в индустриальный регион России. В годы Первой мировой войны был создан первый оборонный завод Трубочный (велосипедный, ЗИФ), который дал начало всем пензенским заводам.

Пенза входит в Поволжский Федеральный округ, территория которого всего 6 % территории России, но в ПФО проживает 20 % населения страны. В округе располагается 85 % всего российского автопрома, 65 % авиастроения, 30 % всех предприятий ОПК (оборонно-промышленного комплекса). Больше всего оборонных заводов в Нижнем Новгороде, Самаре, но 11 ведущих пензенских заводов и НИИИ (Научно-исследовательский инженерный институт) включены в перечень стратегических предприятий России.

Они выпускают наукоемкую продукцию, применяемую в оборонной и космической промышленности, судостроении, атомной энергетике, приборостроении, радиоэлектронике и средствах связи.

Пензенские предприятия выполняют очень сложные заказы оборонно-промышленного комплекса. Первая ракетная установка залпового огня ГРАД-1 (версия современного ГРАДА) выпускалась на компрессорном заводе в Пензе.

В правые окна вы видите Пензенское объединение «Электроприбор» - одно из ведущих организаций Российской Федерации по производству средств телекоммуникации и связи специального назначения, которые обеспечивают надежную криптографическую защиту конфиденциальной информации как первых лиц государства, так и военных и деловых людей. Средства криптографической защиты – т.е. шифрования и кодирования информации, в результате которой ее содержание становится недоступным без специального ключа. Данные средства применяются на самолетах, космических аппаратах, морских судах, подлодках и пр.

Уникальное сложнейшее оборудование выпускает завод «Химмаш», раб

отправленной на Луну. Сегодня поставляет крупнотоннажное оборудование для добычи, транспортировки и переработки нефти, газа и химической продукции.

Завод «Тяжпромарматура» выполняет заказы нефтяной и газовой промышленности, атомной и тепловой энергетики, снабжая запорной арматурой (вентили, задвижки). На «Тяжпроме» отливали многие памятники: Первопоселенцу, Денису Давыдову, родителям Ленина, звезду для вечного огня у памятника Победы.

Радиозавод – крупное современное предприятие России по производству подвижных автоматизированных комплексов и систем управления войсками и оружием. Производит системы управления ПВО, ракетными войсками и артиллерией, комплекс управления для МВД.

Системы управления под названием «Ранжир», «Тунгуска», «Полянка» обеспечивают управление батареями, в составе которых зенитно-ракетные комплексы. Комплекс может обрабатывать до 500 целей, оповещает о воздушных целях в 12 направлениях, определяет координаты, взаимодействует с авиационными комплексами, командными пунктами и штабами.

Автоматизированная система представлена как в базовом, так и облегченном варианте, вплоть до того, что технические средства размещены в разгрузочном жилете командира. Завод выпускает и мирную продукцию: сеялки, передвижные стоматологические кабинеты, светодиодные светильники и др.

Научно – исследовательский институт физических измерений – разрабатывает и производит датчики для ракетно-космической техники. Они используются в национальных и международных космических программах. Приборами с маркой НИИФИ оснащены самолеты, транспорт, системы аварийной защиты и сигнализации ядерных реакторов, контроля атомных станций.

В заключении промышленной темы следует назвать такие «мирные» предприятия, как «МедИнж», является уникальным предприятием Пензенской области, которое разрабатывает и производит высокотехнологичную продукцию медицинского назначения, которая экспортируется в 35 стран мира.

Протезы клапанов сердца, например, доставляются практически во все кардиохирургические центры России, стран СНГ и за рубеж. Этот уникальный продукт спас жизнь больше, чем 100 тыс пациентов. ООО «Маяк», специализирующийся на производстве и реализации тарных видов бумаги и картона, обойных бумаг, писчепечатных бумаг и т.д. и конечно «Пензенская кондитерская фабрика». Это крупнейшее предприятие кондитерской промышленности Пензенской области.

3) Подтема «Знакомство с историей развития промышленного предприятия ООО «Каменский маслозавод»;

А Вы знаете сколько лет Каменскому маслозаводу? 84 года! Это старейшее предприятие Пензенского региона, которое было построено в 1936 г. Изначально на месте завода была основана маслобойня, на которой использовался преимущественно ручной труд. Здесь начали производить масло, и позднее было освоено производство сыра, а для его хранения было оборудовано подвальное помещение. Но уже через несколько лет на ее месте был возведен «Каменский маслозавод».

В 1960 г. при заводе были организованы пункты для приема и обработки молока, такие как «Анучино», «Пустань», «Федоровка», «Головинщина». Постепенно в стране росло производство молока. В связи с этим в 1974 г. произошла реконструкция предприятия: расширили производственные площади, складские помещения, приобрели новые компрессоры. Была расширена линейка производства, продукция начала поставляться в Москву и Московские регионы, Астраханскую и Волгоградскую области. Особой популярностью пользовалась высокожирная сметана.

К 1980 г. продукция завода ставится на столько известной, что «Каменский маслозавод» выбирают поставщиком сливочного масла и маргарина на Московскую Олимпиаду 1980 г.

Чуть позже завод посетил министр сельского хозяйства СССР Валентин Карпович Месяц. Во время визита, был затронут вопрос кардинальной перестройки завода. И в 1982 г. была установлена новая котельная,

автоматизировали часть производственного процесса. Завод освоил выпуск кисломолочной продукции, после чего большим спросом стали пользоваться: ряженка, напиток «Коломенский» и высокожирная сметана. Кроме того, по поручению правительства СССР было освоено производство соевого молока. Предприятие росло, ежедневно принимая около 70 тонн молока.

Помимо прочего, в 1988-1989 г. завод имел множество контрактов с зарубежными компаниями на поставку казеина. Продукция отправлялась на экспорт в Австрию и Польшу и Германию.

В это же время завод, как и вся страна, подвергся серьезным экономическим изменениям. В 1990-х предприятие подверглось серьезным экономическим изменениям, пункты обработки молока закрылись, завод обанкротился и был выкуплен за долги Санкт – Петербургской фирмой «Океан-трейдинг».

В 2002 г. началось возрождение крупного предприятия. Снова наладили производство кисломолочной продукции, которая стабильно поставлялась в Пензу и область [18].

Через несколько лет завод приобрел местный предприниматель. Именно на годы его руководства пришлось обновление транспортной базы, модернизация оборудования, реконструкция производственных, складских и прочих помещений завода. Это позволило увеличить объем выпускаемой продукции и улучшить ее качество.

С 2010 г. предприятие начало успешно развиваться. На заводе организовано производство термостатной молочной продукции, что дает возможность поддерживать высокое качество продукта.

На заводе устанавливают финскую линию по производству ультрапастеризованного молока, которая долгое время была единственная в Поволжье. В результате высококачественной упаковки и новых технологий, срок реализации продукта вырос до 30 суток, сохраняя при этом все полезные свойства. Это позволило расширить географические поставки. Сегодня завод занимает достойное место в ряду производителей продовольственных товаров.

Молочная продукция, выпускаемая заводом, поставляется в Пензу и Пензенскую область, Саранск, Саратов, Тольятти, Самару. Ульяновск, Воронеж, Тамбов.

В 2015 г. приобретены линии по производству творожной продукции и колбасного копченого сыра. Организовывается поставка творога в учебные заведения Пензы, Саранска и области.

А уже через год «Каменский маслозавод» начинает выпуск творожного продукта с наполнителями (изюм, чернослив, шоколад, какао), которые особо полюбились покупателям [14].

А что же сегодня!? Сегодня ООО «Каменский маслозавод» один из лучших заводов Пензенской области. На данный момент предприятие успешно развивается. Особенностью завода считают стабильность и надежность коллектива. Огромное количество работников трудится на предприятии со времен СССР. Постоянно передают опыт и технологии младшему поколению и следят за качеством продукта.

4) Подтема: посещение производства одного из самых масштабных и ультрасовременных молочных предприятий Пензенской области;

Во главу угла всего производства на «Каменском маслозаводе» поставлены высокие технологии и натуральное сырье. А натуральное сырье мы все сейчас сможем увидеть. Прошу за мной. Большая просьба на лестнице держаться за перила.

И вот он, первый цех – приемное отделение. Каждое утро к заводу приезжают молоковозы. Это молоко от разных хозяйств Пензенской области. Основная часть молоковоза – это длинная цистерна, разделенная на несколько секций. Если бы молоковоз не был разделен на отсеки, то молоко «гуляло» бы внутри и машина могла бы упасть на повороте.

На стадии приемки из каждой секции молоковоза берут пробу молока и смотрят на соответствие качеству. В лаборатории проверяются показатели молока на соответствие требованиям ГОСТ. Оценивается количество белка, жира, кислотность, плотность и другие параметры. Кроме того, смотрят на

наличие антибиотиков. Антибиотики попадают в молоко, если корова болела и получала их как лекарство. Если в молоке есть антибиотики, оно не принимается - отправляется обратно в хозяйство. Благодаря входящему контролю на производство попадает только качественное сырье.

Прошедшее приемку молоко перекачивается в танки - огромные железные «бочки», а молоковоз два часа моют дистиллированной водой, чтобы он уехал стерильным. Стерильности на заводе уделяется очень много внимания на всех стадиях производства.

Процент забракованного молока очень мал и во многом это следствие большой подготовительной работы. Завод заранее сообщает хозяйствам, сколько и какого молока требуется для производства. Кроме того, специалисты завода тесно сотрудничают с производителями, консультируют по питанию и лечению скота. По итогам приемки становится понятно, сколько какого молока приехало и передано дальше, непосредственно на производство.

Я приглашаю вас отправиться дальше и увидеть само производство. Спешу сообщить, что на входе в производственную зону стоит турникет, над которым располагается дезинфекционная камера – это короб с двумя отверстиями для рук. Нужно засунуть руки в отверстия, на них брызнет дезинфицирующая жидкость. После этого можно проходить через турникет.

Стоит отметить, что все производство осуществляется закрытым способом, то есть продукт всегда идет по трубам. Это позволяет добиться большей стерильности, а значит немного продлить срок хранения готового продукта.

Одобренное лабораторией сырое молоко движется на очистку. На современных предприятиях, таких как ООО «Каменский маслозавод», система очистки многоступенчатая. Сначала молоко избавляется от механических примесей. Затем все вредные микроорганизмы удаляются в специальном устройстве, бактофуге. Заключительным этапом очистки является дезодоратор. Там из молока откачивают воздух, чтобы остался только запах молока без посторонних ароматов.

Этот процесс называется нормализацией. Далее следует очень важный этап, термической обработки. Для чего это? Дело в том, что свежее парное молоко безопасно в течение первых двух часов после доения. Позже в нем начинают размножаться бактерии, которые впоследствии могут испортить продукт. Поэтому термическая обработка является обязательной. Она является ключом к безопасности продукта.

После термической обработки молоко отправляется в розлив. ООО «Каменский маслозавод» оснащен закрытыми линиями розлива, где продукция не соприкасается с руками человека. Это обеспечит соблюдение правил санитарных норм и устранит влияние факторов окружающей среды на продукт.

Если нужно приготовить кисломолочный продукт, то в молоко кладут дрожжи, а в йогурт еще и джемы. Для молочной продукции предприятия, джемы изготавливаются по специальному рецепту, они полностью натуральные, из фруктов или ягод, как и домашнее варенье.

Процесс производства относительно быстрый, утром молоко приезжает в молоковозе, а уже через 5 часов продукты разливаются по бутылкам и бутылочкам. Для кисломолочных продуктов распаковка не является последней стадией - после нее они должны пройти стадию охлаждения и вызревания уже в таре. Так, после упаковки йогурт должен вызревать еще 48 часов. Это приводит, в частности, к забавной истории с датами производства - йогурт физически разливается, например, 14 марта, а сроки годности на бутылочке печатаются с учетом стадии вызревания: с 16.03 по 30.03.

Каждый видел пакет молока и практически каждый покупал молоко в магазинах. Молоко продается в тетрапаках, стеклянных бутылках и полиэтиленовых пакетах. Но задумывались ли вы о том, как молоко в своем конечном виде попадает на полки магазина? Что представляет собой производственное оборудование для розлива молока в пакеты?

Сегодня мы постараемся рассмотреть, как молоко помещается в упаковку и передается на реализацию в магазины. Прошу за мной, мы отправляемся в цех по упаковке продукции.

Молочную продукцию на «Каменском заводе» разливают в емкости двух видов: пластмассовые бутылки и пакеты. И то, и то изготавливается тут же, в цехе упаковки. Изготовление на месте позволяет избежать дополнительной санитарной упаковки.

Как вы сами можете увидеть, на конвейере бутылка наполняется напитком и закрывается крышкой. Затем бутылки собираются в группы по шесть штук, оборачивают полиэтиленом, и вся конструкция собирается в единый блок. Все эти операции выполняются без участия человека, все автоматически. В зале конечно же присутствует какое-то количество сотрудников, но они вмешиваются в процесс только в нештатных ситуациях.

Еще интереснее смотреть на то, как происходит процесс упаковки продукции в пакеты. Как правило, для розлива молока используются однолинейные автоматы, с помощью которых формируется пакет, в которые заливается молоко, после стерилизуется, запаивается и отправляется на фасовку и контроль качества.

Готовые бутылочки и пакеты выезжают на ленту контроля качества. Специальные датчики проверяют правильность уровня продукта, правильность угла наклона крышки (если крышка завернута криво, бутылочка отбраковывается), наличие посторонних предметов внутри емкости. Отбракованная продукция сбрасывается с ленты, а продукция, которая прошла проверку отправляется к нам на полки магазинов и супермаркетов.

Пройдя по всем основным технологическим этапам, можно со знанием дела пробовать готовую продукцию и задавать вопросы на нашей дегустации. Пройдемте в столовую.

2.3 Расчет стоимости производственной экскурсии

Важнейшим и заключительным этапом в организации экскурсии является расчет стоимости производственной экскурсии. Наиболее предпочтительным методом вычисления является метод ценообразования, основанный на

затратах, так как он основан на расчете общей стоимости туристского продукта. При этом определяется нижний предел цены.

Основными преимуществами данного метода являются:

- 1) ценообразование значительно упрощается, если туристская компания может точно определить структуру общей стоимости туристского продукта;
- 2) применение данного метода основными конкурентами предприятия создает условия для снижения ценовой конкуренции;
- 3) туристические агентства могут уделять меньше внимания изменению спроса на туристские продукты.

Стоимость турпутевки зависит от вида тура (групповой или индивидуальный). В большинстве случаев туристский продукт представляет собой набор услуг для группы туристов и людей, сопровождающих эту группу. Цена индивидуального тура при прочих равных условиях выше цены группового тура на одного человека. При групповом туре цена тура на одного человека зависит от численности туристов в группе. Именно поэтому, расчет цены одной турпутевки рассчитывается по формуле 1.

$$\text{Цена одной турпутевки} = \frac{\text{цена турпродукта}}{\text{количество туристов в группе и лиц, сопровождающих группу}} \quad (1)$$

Стоимость экскурсии складывается из следующих прямых затрат: аренда транспортного средства (автобус), услуги экскурсовода, стоимость экскурсии на предприятии. Среднюю стоимость производственной экскурсии можно увидеть в таблице 4.

Рассматривая разработанную нами экскурсию «Милк-тур», следует учитывать, что при проектировании экскурсии на ООО «Каменский маслозавод» необходимо было учитывать действующие нормативно-правовые акты предприятия, которые предписывают единовременное посещение производства в количестве 18 человек (17 экскурсантов и одного сопровождающего), поэтому для данной экскурсии необходим комфортабельный микроавтобус вместимостью 18 – 20 человек. Стоимость аренды микроавтобуса «Мерседес» почасовая

и составляет 900 руб/час, а длительность нашей экскурсии составляет 5 часов, итого 4 500 руб. Стоимость услуг экскурсовода за данную экскурсию составляет 1 700 руб.

В данной экскурсии мы не учитываем стоимость входа на предприятие, дегустацию и др., так как ООО «Каменский маслозавод» принимает туристов бесплатно.

Проанализировав рынок пензенских туроператоров, специализирующихся на внутреннем туризме, было принято решение реализовать производственную экскурсию «Милк-тур» на ООО «Каменский маслозавод» через туроператора «БЕРКУТ», реестровый номер РТО 013970. Так, как данный туроператор является ведущей и прибыльной компанией на пензенском рынке, предлагающая туристам различные, в том числе уникальные, варианты отдыха. Исходя из этого необходимо заложить в стоимость экскурсии НДС 18% и прибыль 15%.

Таблица 4 – Средняя стоимость экскурсии

Услуга	Стоимость на 1 чел., руб.	Стоимость на группу 17 чел., руб.
Транспортные услуги	264 руб.	4 500 руб.
Экскурсионное обслуживание	88 руб.	1 500 руб.
Итого, себестоимость экскурсии составила:	352 руб.	6 000 руб.
НДС 18%	63 руб.	1 080 руб.
Прибыль 15 %	53 руб.	900 руб.
Итого, стоимость экскурсии составила:	468 руб.	7 980 руб.

Таким образом, средняя стоимость экскурсии «Милк-тур» на группу 17 человек составляет 7 980 руб. Стоимость экскурсии на одного человека составляет 468 руб. (с размещением в автобусе 17 человек и один сопровождающий (бесплатно). Данная стоимость объясняется достаточно дорогим транспортным обслуживанием.

Заключение

В результате написания работы нами была достигнута поставленная цель – разработка предложений по организации промышленного туризма в Пензенской области.

В ходе нашей работы было выявлено, что сегодня очень редко можно найти компанию, готовую открыть свои двери для туристских потоков, особенно делать это регулярно, а не в рамках исключения или развития сотрудничества с партнерами, например, со средними и высшими учебными заведениями. Этому способствует ряд препятствий, например:

- 1) отсутствие экспертов для организации данного рода экскурсий;
- 2) небезопасность производственного процесса для неподготовленных групп туристов;
- 3) отсутствие необходимой инфраструктуры для принятия туристов;
- 4) нежелание отвлекать сотрудников от осуществления ими производственных задач;
- 5) неоправданная закрытость предприятий;
- 6) желание скрыть от конкурентов бизнес-процессы и т.д.

В большинстве случаев производственные экскурсии в субъектах Российской Федерации являются непостоянными. Часто руководители компаний и организаций не ожидают никакого эффекта от организации экскурсий и не преследуют никаких целей. Но в ряде регионов РФ промышленный туризм присутствует на рынке туристических услуг, имея методологическую основу и постоянный характер приобретает положительный эффект для компании и региона в целом.

Таким образом, чтобы превратить промышленный туризм в серьезное направление туристического бизнеса в Российской Федерации, потребуются значительные усилия, в то время как главная проблема сегодня связана не со спросом, а с предложением. Так как в настоящее время в России существует

проблема с поиском предприятий, организаций или компаний, которые хотят и готовы принимать посетителей.

Невзирая на некоторые трудности в организации промышленного туризма в отечественных компаниях и предприятиях Пензы, перспективы развития промышленного туризма высоки. Развитие данного вида туризма поможет туроператорам Пензенской области расширить спектр предоставляемых услуг, привлечь новый сегмент туристов и развивать внутренний туризм, который в дальнейшем позволит им получать дополнительную прибыль. Вдобавок, промышленный туризм помогает профессиональной ориентации молодежи и повышению ее образованности, а городу дает широко известные предприятия и бренды.

В целях эффективного и оптимального использования потенциала региона, увеличения его инвестиционной привлекательности и брендинга территории необходимо совершенствовать теоретические и научно-методологические подходы к разработке стратегии развития промышленного туризма.

Итогом нашей работы являются рекомендации по развитию промышленного туризма в Пензенской области. Перечисленные рекомендации позволяют сделать сферу промышленного туризма Пензенской области более систематизированной и сфокусироваться на поддержке и развитии сильных сторон сферы, ориентироваться на перспективные предприятия, организации и компании Пензенской области, которые обладают наибольшими возможностями для развития и совершенствования промышленного туризма в регионе.

Кроме того, нами был разработан пример «Карты промышленного туризма Пензенской области» с целью показа промышленного потенциала региона, демонстрации всего ассортимента выпускаемой продукции и услуг компаний. А также был разработан пример производственной экскурсии на территории Пензенской области с целью формирования позитивного, привлекательного образа организации ООО «Каменский маслозавод», представления структуры современного производства, информирования о технологиях и преимуществах выпускаемой продукции, достоинствах профессий и возможностях взаимовыгодного сотрудничества.

Глоссарий

Производственная экскурсия – посещение определенных объектов (фабрики, заводы, комбинаты и т.д.) по заранее разработанному маршруту со специально подготовленным сотрудником или экскурсоводом.

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.

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».

Туризм внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

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.

Туристская деятельность – туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий.

Туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников.

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.

Экскурсовод – профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами экскурсионного показа в стране (месте) временного пребывания.

Список использованных источников

- 1 ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» – М.: Стандартиформ, 2016. – 15 с.
- 2 Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р)
- 3 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Текст с изменениями и дополнениями на 2020 г. – М.: Эксмо, 2020. – 56 с.
- 4 Гутова Т.А. Промышленный туризм как новый тренд в системе глобального потребления // Актуальные проблемы гуманитарных наук. – 2016. – № 1. – С. 5.
- 5 Кадыров Р. В. Историко-индустриальное наследие как туристско-рекреационный ресурс для развития промышленного туризма // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 95-102.
- 6 Киреева С.С. Анализ тенденций развития промышленности Пензенской области // Современные научные исследования и инновации. – 2019. – № 7.– С. 15.
- 7 Крицкая О. А. Промышленный туризм как перспективное направление развития регионального туризма // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы: материалы IV межвузовской научно-практической конференции. – 2018. – С. 156-158.
- 8 Масалова Д. Ю. Производственные экскурсии как фактор стимулирования промышленных предприятий // Современное состояние и потенциал развития туризма в России: Материалы XVI Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 89-93.
- 9 Никулина Ю. Н. Роль промышленного туризма в развитии экономики региона // Промышленность: новые экономические реалии и перспективы развития. – 2017. – С. 131-135.

- 10 Никулина Ю.Н. Исследование востребованности и перспектив развития промышленного туризма в регионе: взгляд предприятий // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 8. – С. 875-892.
- 11 Трусов С.В. Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 13. – С. 2061-2078.
- 12 Шалыгина Н.П. О роли брендинга в формировании туристской привлекательности региона // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 8-5. – С. 1165-1168.
- 13 Возрождение российского промышленного туризма [Электронный ресурс] // ProКачество. – URL: <https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/instrumenty-menedzhmenta/promyshlennyy-turizm/> (дата обращения: 05.04.2021).
- 14 История ООО «Каменского маслозавода» [Электронный ресурс] // ООО «Каменский маслозавод». – URL: http://penza-enc.ru/wiki/Каменский_маслозавод (дата обращения: 13.05.2021).
- 15 Итоги работы за год совета по развитию промышленного туризма в Российской Федерации [Электронный ресурс] // Ростуризм. – URL: <https://tourism.gov.ru/news/16140/> (дата обращения: 10.03.2021).
- 16 Итоги работы промышленного комплекса Пензенской области за 2020 г [Электронный ресурс] // Государственная информационная система промышленности. – URL: <https://gisp.gov.ru/regions/3515/> (дата обращения: 03.04.2021).
- 17 Методические рекомендации по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации [Электронный ресурс] // АСИ. – URL: https://asi.ru/upload/iblock/936/promtourism_1220.pdf (дата обращения: 23.05.2021).
- 18 О заводе в цифрах [Электронный ресурс] // ООО «Каменский маслозавод». – URL: <https://kmz58.ru/> (дата обращения: 15.04.2021).

- 19 О компании АО «Пензенский тепличный комбинат» [Электронный ресурс] // Заводы РФ. – URL: <https://pnzreg.ru/branches/news/industry/215590/> (дата обращения: 13.05.2021).
- 20 О компании ЗАО «Никольский завод светотехнического стекла» [Электронный ресурс] // ЗАО «Никольский завод светотехнического стекла». – URL: <https://ninaglass.ru/> (дата обращения: 13.05.2021).
- 21 О компании ОАО «Молочный комбинат «Пензенский» [Электронный ресурс] // ОАО «Молочный комбинат «Пензенский». – URL: <https://molkom-penza.ru/> (дата обращения: 13.05.2021).
- 22 О компании ООО ТД «Кувака» [Электронный ресурс] // ООО «Кувака». – URL: <http://kuvaka.ru/o-kompanii.html> (дата обращения: 13.05.2021).
- 23 Промтуризм в России [Электронный ресурс] // Агентство бизнес коммуникаций. – URL: <https://promtourism.ru/about/> (дата обращения: 10.04.2021).
- 24 Промышленность Пензенской области [Электронный ресурс] // Заводы РФ. – URL: <https://заводы.рф/factories/penzenskaya-oblast?page=1> (дата обращения: 15.03.2021).
- 25 Промышленный туризм в регионах: тенденции, проблемы, перспективы [Электронный ресурс] // elibrary.ru. – URL: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/24462/1/Anoprieva_Promyshlennyy_17.pdf (дата обращения: 20.04.2021).
- 26 Промышленный туризм: итоги и перспективы развития [Электронный ресурс] // АСИ. – URL: <https://asi.ru/news/159949/> (дата обращения: 11.03.2021).
- 27 Статистика промышленного туризма [Электронный ресурс] // ПАО Сбербанк. – URL: <https://sber.pro/publication/v-promyshlennykh-masshtabakh-v-rossii-poiavliaetsia-novoe-napravlenie-turizma> (дата обращения: 15.04.2021).

28 Сущность промышленного туризма и его виды [Электронный ресурс] // elibrary.ru. – URL: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/768/1/1773-1776.pdf> (дата обращения: 15.04.2021).

Приложения

Приложение А



Рисунок А.1 – Карта промышленного туризма в России

Приложение Б

Портфель экскурсовода

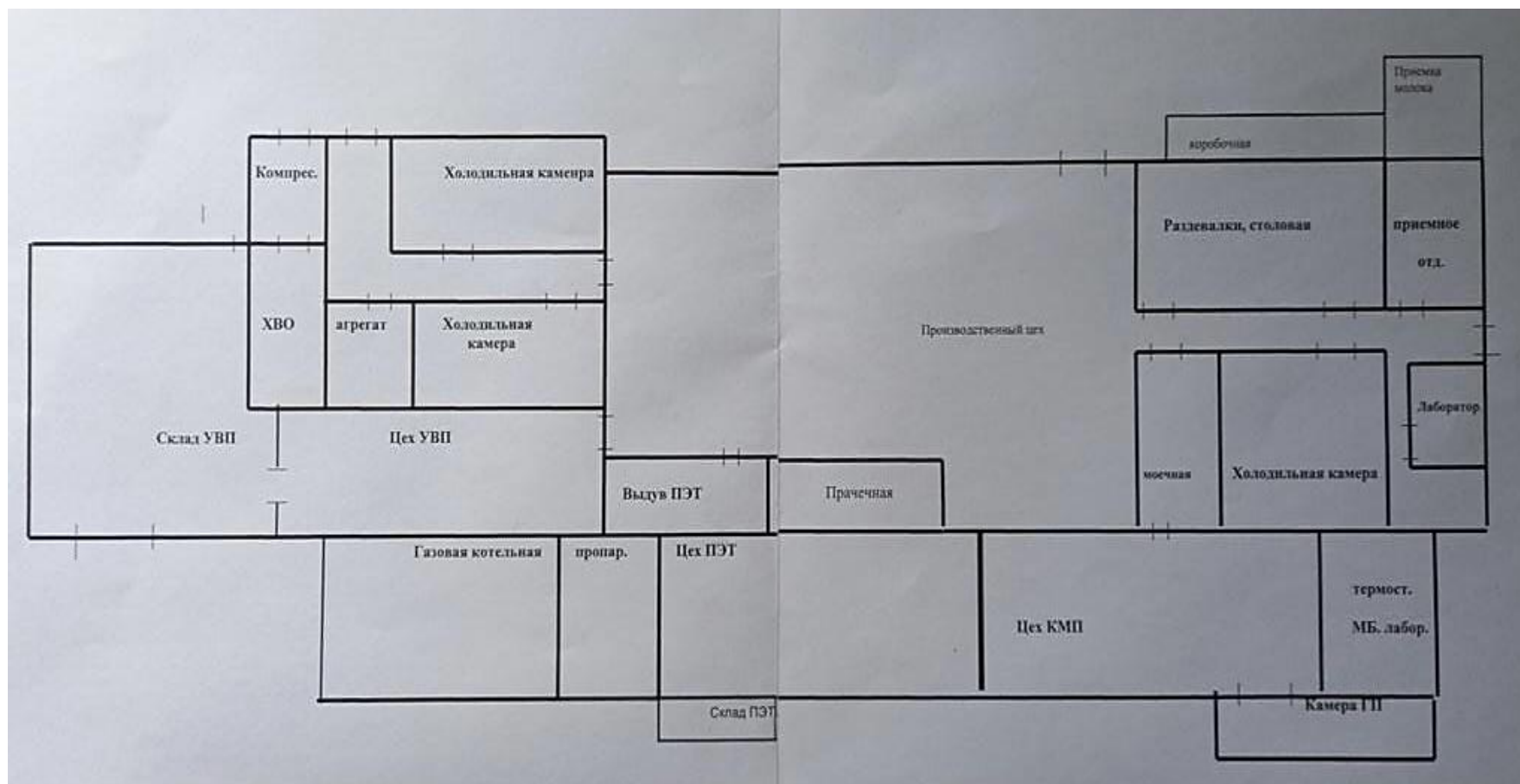


Рисунок Б.1 – План предприятия ООО «Каменский маслозавод»

Технологическая карта экскурсии

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель туристской организации
инициалы, фамилия
личная подпись, печать

Тема экскурсии: производственная экскурсия на ООО «Каменский маслозавод» – «Милк-тур»

Продолжительность: 5 часов.

Протяженность: 160 км.

Авторы-разработчик: Панфилова Ю. Е.

Содержание экскурсии: знакомство со становлением промышленного производства в Пензе и Пензенской области, с историей развития промышленного предприятия ООО «Каменский маслозавод» и его производством, дегустация продукции.

Маршрут экскурсии: Привокзальная площадь станции Пенза 1 – ООО «Каменский маслозавод» (г. Каменка) - Привокзальная площадь станции Пенза 1

Маршрут	Остановки	Объект показа	Время	Подтемы и вопросы	Организационные указания	Методические указания
Привокзальная площадь станции Пенза 1 – г. Каменка, ул. Красный тупик 3.	Привокзальная площадь станции Пенза 1 (место посадки экскурсантов в автобус)	Презентация «Промышленность в Пензе и Пензенской области» (слайд - шоу)	30 мин	1 подтема: «Становление промышленного производства в Пензе и Пензенской области»;	Представиться экскурсантам, представить им водителя. Обозначить название экскурсии на ООО «Каменский маслозавод» – «Милк-тур». Обозначить программу экскурсии и маршрут движения. Проинструктировать экскурсантов о поведении в автобусе и при выходе на объект показа.	Экскурсионная справка Описание объектов Комментирование
г. Каменка, ул. Красный тупик 3 – Привокзальная площадь станции Пенза 1	Здание ООО «Каменский маслозавод»	ООО «Каменский маслозавод»	120 мин	2 подтема: «Знакомство с историей развития промышленного предприятия ООО	Дать указания водителю начать движение и остановиться у входа на завод. Во время остановки разместить экскурсантов полукругом для лучшего обзора объекта.	Панорамный показ Экскурсионная справка Описание объектов Показ объекта по ходу движения Методический прием движения

				<p>«Каменский маслозавод»;</p> <p>3 подтема:</p> <p>Производство одного из самых масштабных и ультрасовременных молочных предприятий Пензенской области».</p> <p>4 подтема:</p> <p>«Дегустация продукции»</p>	<p>Встретить представителя завода и представить его экскурсантам (должность, ФИО).</p> <p>После проведения экскурсии поблагодарить его от группы.</p> <p>По окончании экскурсии поблагодарить экскурсантов за участие.</p>	
--	--	--	--	---	--	--

