

УДК 338.48

Е.А. Фролова

Государственный университет управления, г. Москва, email: frolova.guu@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: промышленный туризм, региональное развитие, зарубежный опыт, экскурсионные маршруты.

Современная туристская индустрия в последнее время постоянно сталкивается все с новыми и новыми проблемами: закрытие ряда туристских направлений, ограничения для туристов, ограничения для предприятий – все эти факторы вынуждают индустрию искать новые, более стабильные, а также востребованные направления. Также ориентация на внутренний туризм делает необходимым внедрение новых, интересных для потребителя видов отдыха. В связи с этим промышленный туризм становится одним из значимых направлений развития внутреннего туризма, который будет интересен не только для туристов, но и для промышленных предприятий.

E.A. Frolova

The State University Of Management, Moscow, email: frolova.guu@mail.ru

PROSPECTS OF INDUSTRIAL TOURISM AS A FACTOR OF SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT

Keywords: industrial tourism, regional development, foreign experience, sightseeing routes

The modern tourism industry has been constantly facing new and new problems lately: the closure of a number of tourist destinations, restrictions for tourists, restrictions for enterprises – all these factors force the industry to look for new, more stable, as well as popular destinations. Also, the focus on domestic tourism makes it necessary to introduce new, interesting types of recreation for the consumer. In this regard, industrial tourism is becoming one of the significant areas of development of domestic tourism, which will be interesting not only for tourists, but also for industrial enterprises. For many industrial enterprises, the popularization of this type of tourism will be an effective tool for increasing attractiveness, forming consumer loyalty and popularizing products not only on the local market, but also on a wider territory. The article discusses the prospects for the development of industrial tourism in Russia. The foreign experience of using industrial territories to attract tourists is also considered.

Само понятие промышленного туризма имеет столетнюю историю, но для отечественного рынка достаточно молодо. Развитие промышленного туризма в Российской Федерации может решать следующие проблемы и задачи:

- Инвестиционная привлекательность регионов. Туристический поток способствует притоку денежных средств в регион, что положительно влияет на его инфраструктуру, делает регион максимально привлекательным для инвестиционных потоков, в виду устойчивого развития.

- Популяризации локальных брендов. В связи с территориальными особенностями, многие региональные производители остаются не известными для большей доли потребителей. Промышленный туризм способен решить эту проблему, путем демонстрации потребителям открытого производства, возмож-

ности ознакомится с региональными продуктами, брендами и производствами, а также протестировать их.

- Патриотическое воспитание и профориентация. Промышленный туризм дает возможность не только ознакомиться с производимыми продуктами, но также изучить всю технологию производства, перспективы развития, а также возможности построения карьеры на своей базе, что несомненно будет способствовать профессиональной ориентации для студентов и школьников, выбирающих будущую сферы деятельности.

Объекты исследования

Для многих промышленных предприятий популяризация данного вида туризма будет эффективным инструментом повышения привлекательности, формирования потребительской лояльности и популяризации продукции не только

на локальном рынке, но и на более широкой территории [3].

Разработка методических рекомендаций по организации промышленного туризма в регионах Российской Федерации от Агентства стратегических инициатив, включающих также механизм взаимодействия между органами исполнительной власти, туристских организаций и промышленных предприятий, также способствует росту интереса к данному направлению, как среди туристов, так и среди предприятий. По мнению Агентства, это взаимодействие позитивно отразится на социально-экономическом региональном развитии.

В качестве подтверждения тренда на открытость также наблюдает рост интереса туристов к посещению промышленных предприятий. Промышленный туризм становится акселератором, предлагающим решение проблем промышленных предприятий, связанных с ростом коммуникативных возможностей с потребителями, развитием корпоративной культуры, нетворкингом, кадровым голодом, а также имиджевой составляющей и лидерскими позициями на региональном рынке.

Одним из первых предприятий, которое стало использовать возможности промышленного туризма, стал завод Jack Daniel's, в 1866 году. Основная цель такой открытости была прямая реклама для потенциальных клиентов, ориентиром являлись именно физические лица. Остальные предприятия идею не поддерживали в связи с развитием патентной деятельности, высокой конкуренцией и поиском новых способов защиты от копирования и подделки. Но, благодаря позитивному опыту к рекламе через промышленный туризм стало присоединяться все больше предприятий, начиная с кондитерских и заканчивая автомобильными.

Уже через несколько десятков лет политику открытого производства стали использовать для формирования доверия и лояльности у потребителя по отношению к производителям того или иного товара.

Промышленный туризм начал развиваться гораздо активнее после того, как стал не только источником дополнительной рекламы, но и инструментом

для обмена передовым опытом между компаниями.

Ряд стран включили промышленный туризм в неотъемлемую часть своей внутренней промышленной политики (например Япония). Примером такой открытости является проект компании Volkswagen Gläserne Manufaktur – фабрики из стекла. Этот объект является достаточно популярной достопримечательностью Дрездена. Он был построен двадцать лет назад, в 2002 году и представляет собой обобщающий образ прозрачности стен и прозрачности всего производственного процесса компании. В настоящее время туристы могут наблюдать процессы производственного цикла и сборки автомобилей находясь за пределами производственных помещений. Это позволяет решить сразу несколько проблем, от безопасности туристов, до непрерывности производственного процесса в угоду его демонстрационности.

В России интенсивное развитие промышленного туризма связано именно с обменом опытом, когда в 30е годы широко распространенной практикой являлось посещение делегациями различных предприятий с целью изучения методик и технологий, повышающий общий объем производимой продукции.

В СССР, посредством государственного экскурсионного общества «Советский турист», выпускались брошюры с указанием маршрутов производственных экскурсий, которые были связаны с определенным видом производства, химическая, горнодобывающая, металлургическая и т.д.

Переходный период оказался губительным не только для экономической составляющей, но и для промышленности, что соответственным образом сказалось на интересе к производству, приблизив его к нулевым значениям. Промышленные предприятия, проходящие процесс перестройки, не акцентировали внимание на промышленном туризме, в виду его малой эффективности на тот момент. В период формирования инвестиционной привлекательности России возникли предприятия с иностранным капиталом и новыми технологиями, в том числе – управленческими технологиями.

В настоящее время наблюдается более позитивная картина, одним из элементов которой является Стратегия развития туризма в России до 2035 года. В Стратегии 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».

Согласно проведенным исследованиям на территории России самым популярным регионом у промышленных туристов является Приволжский федеральный округ, на территории которого реализуется большое количество промышленных экскурсионных программ, проводимых на регулярной основе.

Также, как показал анализ рынка туристских услуг, популярностью пользуются Урал, Вологодская область, Республика Удмуртия. При этом процент промышленных туристов в общем внутреннем туристическом потоке остается очень невысоким.

Результаты и обсуждения

Основной особенностью развития промышленного туризма является возможность его организации в любом регионе и отсутствие влияния сезонности [1]. Главные сложности в создании экскурсионных программ для промышленных предприятий, имеют следующие причины:

– Неготовностью предприятий к принятию экскурсионного потока.

Многие промышленные предприятия имеют долгую историю и сконструированы много лет назад, а соответственно не предназначены для посещений и не готовы принять экскурсантов в виду невозможности обеспечения безопасности и ограниченности свободного пространства для перемещения. Эта проблема является самой трудоемкой и ресурсозатратной, в связи с тем, что требует помимо создания дополнительных условий, также разработки экскурсионной программы, жестко привязанной к таймингу, для создания максимально безопасных условий для туристов, а также непрерывной работы производства.

– Закрытые производства.

Часть промышленных предприятий, относящихся к стратегически важным и высокотехнологичным не имеет возможности предоставлять открытый доступ для экскурсантов.

Данная проблема может быть решена путем создания интерактивных экспозиций и музейных комплексов, которые позволяют экскурсантам ознакомиться с возможностями предприятия посредством цифровых технологий.

– Недооцененность вклада экскурсионных программ в повышение эффективности предприятия.

Естественно стоимость экскурсионных программ не будет приносить прямую прибыль предприятию, это своего рода инструмент маркетинга, который позволит:

* повышение процента лояльных потребителей, которые получили возможность ознакомиться с процессом производства, оценить состав изготавливаемой продукции, а также системы контроля качества предприятия;

* популяризация среди молодежи престижности работы на промышленных предприятиях, что в дальнейшем будет решать кадровые вопросы;

* формирование положительного имиджа предприятия, в рамках приверженности его к использованию безопасных ресурсов, экологизации, клиентоориентированности и т.д [5].

Еще одной особенностью и ключевым фактором в развитии промышленного туризма является максимально широкая целевая аудитория, включающая в себя представителей разных возрастных групп, а также представителей как самого региона, так и экскурсантов из других территориальных единиц [2]. Наличие целевой аудитории приведет к росту популяризации данного направления, а также к снижению упущенных возможностей для предприятий, стремящихся к улучшению имиджевых показателей за счет проведения экскурсионных программ.

Зарубежный столетний опыт промышленного туризма также подтверждает его популярность и эффективность для регионального устойчивого развития.

Достаточно частой практикой является идентификация региона и товаров,

производимых на его территории. Например, взаимосвязь Детройта и автомобилестроения, производство сыра и Нидерландов и т.д. Также эпоха промышленной революции является источником объектов современного промышленного туризма, экскурсанты с интересом изучают изменения в процессе производства, начиная с использования только природных возможностей, до цифровизации и сложных технологических процессов современности. Некоторые регионы составляют экскурсионные программы, связанные с определенной отраслью, посещением закрытых шахт и фабрик, городов-призраков.

Демонстрация исторических средств передвижения, как то: классические автомобили, поезда и кареты – тоже может стать дополнительным объектом туристской привлекательности.

Одним из ярких примеров эффективного использования возможностей промышленного туризма является Япония. Здесь есть автомобильный музей Toyota, художественный музей. Туры в крупный промышленный город Нагоя, который предлагает огромное количество экскурсий по заводам, производящим все, от пива и саке до пластиковых моделей еды, также достаточно популярны среди экскурсантов. Безжалостно зажатый между Токио и Иокогамой, Кавасаки образует промышленное ядро крупнейшего мегаполиса Азии. Ночные круизы мимо действующих заводов тяжелой промышленности, шелковая фабрика Томиока, внесенная в список всемирного наследия, первая в Японии современная фабрика по производству шелка, превращенная в музей – одни из популярных экскурсионных маршрутов.

Германия – еще одна страна, популяризирующая промышленный туризм. Например, Коксохимический завод Цольверайн, являвшийся крупнейшим регионом тяжелой промышленности в Континентальной Европе 19 века. Вдоль Тропы промышленного наследия расположены десятки заброшенных коксохимических заводов, сталелитейных заводов и других заводов, превращенных в музеи или парки.

Эссенский угольный карьер Цольверайн и коксохимический комплекс являются объектом Всемирного наследия.

Фабрика Fagus в Альфельде (Лейне), производящая обувные изделия с 1910-х годов, является одним из первых произведений модернистской архитектуры в мире и была внесена в список Всемирного наследия ЮНЕСКО в 2011 году.

В Фридрихсхафене на Боденском озере, городе, связанном с разработкой дирижаблей Zeppelin, есть Музей технологий и искусства Цеппелина и Музей авиации и аэрокосмической промышленности Дорнье Херцогенаурах, который был бы совершенно не примечательным маленьким городком во Франконии, если бы не братья Ади и Рудольф Даслер, которые основали две крупнейшие спортивные компании в мире: Adidas и Puma. Производство было перенесено, но популярность данного направления не снижается.

Сахарный завод Олдислебен – один из старейших действующих сахарных заводов в Европе. Завод до сих пор может похвастаться оригинальными паровыми двигателями, которые использовались более века и во многих отношениях были «работающим музеем» даже в последние десятилетия своей работы. Фабрика была объявлена памятником в 1989 году и сохранена как музей после закрытия.

Открытость действующих промышленных объектов для туризма, по большей части, очень ограничена. В то время как некоторые производители предлагают экскурсию или описание того, что они делают, в качестве мероприятия по связям с общественностью, большая часть объектов будет закрыта для защиты оборудования и сохранения коммерческой тайны, ограничения также применяются по соображениям безопасности. Экскурсионная программа и условия ее проведения чаще всего запрещают фотографирование, а также строго соблюдают регламент, запрещая свободное перемещение по производственным зонам, что несомненно повышает безопасность экскурсантов и минимизирует их влияние на производственный процесс в целом. Музейные объекты менее ограничительны, поскольку они часто специально предназначены для туризма и посетителей.

Несомненно, стоит обратить внимание, что, к примеру, европейский про-

мышленный туризм начал формироваться задолго до отечественного. Индустрия туризма столкнулась с проблемой разнообразия предлагаемых услуг, рынок пакетных туров был максимально перенасыщен и требовал новых предложений. Исследования маркетологов показали, что посещение заводов и фабрик, где производят известные продукты широкого потребления – производят большое впечатление на экскурсантов.

Подготовка производства для туристов стимулирует компанию к улучшению корпоративного климата, что выражается в важных элементах гостеприимства: чистоте на рабочем месте, опрятной спецодежде, современном оборудовании. Сотрудники стремятся продемонстрировать свой высокий профессионализм, активность в отношении творчества и инноваций. Как результат предприятие получает новых лояльных потребителей, популяризирует отечественное производство, а соответственно благоприятно влияет на национальную экономику в целом.

Выводы

Согласно маркетинговым исследованиям, а также изучению туристических предпочтений представителей различных стран, российские туристы так же, как и европейские предпочитают более активные направления отдыха. Влияние разнообразных национальных образовательных программ, а также повышение имиджевой составляющей отечественных регионов подталкивают российских туристов к сочетанию отдыха и познавательных целей. Промышленный туризм позволяет увидеть стандартные предметы потребления с другой стороны, изнутри, увидеть и оценить всю сложность технологического процесса, а также поучаствовать в производстве. Этот вид туризма особенно популярен среди путешественников, которые путешествуют с детьми. Детская аудитория с интересом оценивает пищевые производства, особенно производство мороженого и шоколада. Результатом производственных экскурсий является более эффективный сбыт продукции, увеличение прибыли. В результате увеличиваются и налоговые поступления в городской бюджет.

Все эти аспекты позволяют развивать регионы, совершенствовать имеющуюся инфраструктуру, повышать уровень жизни и качество жизни местного населения. Помимо посещения самого объекта промышленного туризма, остальные объекты туристической привлекательности региона также включаются в процесс оказания туристических услуг, это и дополнительные аттракционы, и предприятия общественного питания, и региональная транспортная составляющая, а также средства размещения, при условии отдаленности объекта промышленного туризма или увеличения длительности путешествия.

Туристы с интересом также готовы посетить крупные предприятия перерабатывающей промышленности, шахты и горные карьеры, которые впечатляют своими масштабами. На примере положительного и эффективного опыта развития промышленного туризма в европейских странах можно сделать выводы о том, что финансовые затраты на организацию туристических маршрутов для существующих предприятий относительно невелики.

Самая многочисленная категория промышленных туристов – молодежь, особенно школьники и студенты. Часто при посещении заводов и фабрик это помогает им определиться со своей будущей профессией. Но, конечно, на промышленные объекты идут люди всех возрастов – обычные потребители, которые наиболее востребованы в пищевой промышленности и автомобилестроении.

Перспективы промышленного туризма доказаны не снижающимся интересом к нему со стороны потребителей. Удачный старт и положительный опыт дают пищу для размышлений для многих промышленных предприятий, желающих получить новых лояльных клиентов и популяризировать свои товары среди целевой аудитории.

Важно учитывать мультипликативный эффект туристической деятельности и, в частности, ее влияние на развитие отдельных городов, в которых промышленный туризм позволяет более широко использовать его в имиджевой составляющей городов.

Таким образом, используя зарубежный опыт, можно сказать о перспективности развития отечественного промышленного туризма [4].

Основными факторами, влияющими на эффективность промышленного туризма, могут стать следующие:

– посещение цехов, как более перспективное направление, без замены его по возможности исключительно музейными комплексами.

Изучение процесса производства сделает экскурсионную программу более привлекательной для экскурсантов;

– предоставление возможности экскурсантам протестировать нетравмоопасные инструменты и образцы продукции;

– использование возможностей цифровых технологий, а именно возможности дополнительной реальности, интерактивные стенды и т.д.;

– связь имиджа предприятия с туристским имиджем региона в целом.

Таким образом, развитие промышленного туризма может стать перспективным направлением на пути к устойчивому развитию регионов, снижению сезонной зависимости, а также воспитанию нового поколения, ориентированного на богатые возможности внутреннего туризма.

Библиографический список

1. Акимов О.В., Акопян Д.В., Андрианов Р.И. и др. Анализ социально-экономического развития Российской Федерации за 2020 год: монография в 2х частях. М., 2021. 299 с.
2. Жукова М.А. Управление мотивацией потребителя туристских услуг // Вестник Университета. 2019. № 2. С.13-19 DOI: 10.26425/1816-4277-2019-2-13-19.
3. Колобкова В.А., Романов А.А., Фролова Е.А. Цифровые технологии в гостиничном бизнесе: Новые перспективы устойчивого развития – Studies in Systems, Decision and Control, 2021.
4. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Жуков В.А. и др. Трансформация туристской деятельности в условиях развития цифровой экономики. Коллективная монография. М., 2021. 187 с.
5. Bunakov O.A., Zaitseva N.A., Larionova A.A., Zigern-Korn N.V., Zhukova M.A., Zhukov V.A., Chudnovskiy A.D. Development perspectives of “Last Chance Tourism” as one of the directions of ecological tourism. Ecoloji. 2018. Vol. 27. № 106.