


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 – Туризм

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой


В.В. Ульянова
«15» июля 2022 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Особенности и перспективы развития промышленного туризма в
Амурской области

Исполнитель

студент группы 834-об



(подпись, дата)

В.А. Новосадский

Руководитель

доцент, к.пед.н.



(подпись, дата)

В.В. Ульянова

Нормоконтроль



(подпись, дата)

О.В. Шпак

Благовещенск 2022

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

[подпись] В.В. Ульянова
« 31 » 03 2022 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Новосадского Владислава Алексеевича

- 1 Тема бакалаврской работы: Особенности и перспективы развития промышленного туризма в Амурской области (утверждено приказом от 31.03.2022 № 643-ч/р)
- 2 Срок сдачи студентом законченной работы: 10.06.2022
- 3 Исходные данные к бакалаврской работе: учебная литература, интернет источники, статьи
- 4 Содержание бакалаврской работы (перечень подлежащих разработке вопросов):
 - 1 Теоретические основы технологии и организации промышленного туризма.
 - 2 Современные тенденции развития промышленного туризма в России и Амурской области.
 - 3 Разработка нового тура промышленного туризма и его экономическое обоснование.
- 5 Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): 14 таблиц, 13 рисунка
- 6 Дата выдачи задания 01.04.2022

Руководитель бакалаврской работы: В.В. Ульянова, доцент, к.пед.н.

(фамилия, имя, отчество, должность)

Задание принял к исполнению: «01» 04 2022 г. [подпись]
(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 63 с., 14 таблиц, 23 рисунка, 42 источника.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ, ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ТУРИЗМ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ, АМУРСКАЯ ОБЛАСТЬ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка используемой литературы.

В теоретической части бакалаврской работы были рассмотрены основные теоретические аспекты промышленного туризма. Также были выявлены основные направления развития промышленного туризма в России и Амурской области, разработан новый туристский маршрут.

Целью бакалаврской работы является: анализ современного состояния промышленного туризма на территории Российской Федерации и разработка нового туристского маршрута в Амурской области.

Методы исследования включают: анализ, обработка изученной литературы, описательный, контекстуальный, сравнительный.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы технологии и организации промышленного туризма	7
1.1 Понятие промышленного туризма, его специфика	7
1.2 История развития промышленного туризма в мире	10
1.3 Особенности технологии промышленного туризма	15
2 Современные тенденции развития промышленного туризма в России и Амурской области	20
2.1 Состояние и тенденции развития промышленного туризма в России и Амурской области	20
2.2 Анализ спроса и предложения на промышленный туризм	27
2.3 Основные проблемы и перспективы развития промышленного туризма в регионе	37
3 Разработка нового туристического продукта и его экономическое обоснование	42
3.1 Общая характеристика тура «Амурский промышленник»	42
3.2 Программа и расчет тура	46
3.3 Методы продвижения тура и возможные каналы сбыта	54
Заключение	59
Библиографический список	60

ВВЕДЕНИЕ

Каждый человек сам выбирает, как ему отдыхать и каким видом туризма заняться, полагаясь на свой вкус. Одни выбирают палатки, море, пляж и костер. Для других отдыхом становится пятизвездочный отель, бассейн и услужливый персонал. Третьи предпочитают походы с рюкзаком, горы, ветер и снег. А некоторых привлекает то, что не вызывает особого интереса у обывателей – шахты, заводы, крыши, заброшенные здания, метрополитен. Это современное направление называется промышленным туризмом. Европейцы давно превратили его в еще одну прибыльную сферу туристического бизнеса.

Актуальность работы обусловлена тем, что в наши дни в экономике, в том числе и в туризме, прослеживаются тенденции по поиску новых, нестандартных технологий выживания – инноваций. Одной из таких инноваций для туристского рынка является промышленный туризм.

Особый интерес вызывают путешествия, позволяющие не только быть просто зрителем, но и в какой-то мере соучастником. Удовлетворению подобных запросов туристов в полной мере отвечает промышленный туризм, позволяющий посещать производства, фабрики и заводы, изучать и, возможно, даже почувствовать в производстве товаров.

Целью бакалаврской работы является анализ современного состояния промышленного туризма и разработка нового туристского продукта в сфере промышленного туризма.

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

- определить понятие промышленного туризма;
- рассмотреть развитие промышленного туризма в России;
- проанализировать развитие туризма в Амурской области;
- разработать промышленный тур по Амурской области.

Объект исследования – промышленный туризм.

Предмет исследования – особенности и перспективы развития промышленного туризма в Амурской области.

Основными методами исследования послужили анализ учебной литературы, нормативно-правовой документации, материалы периодической печати, статистические данные, а также изучение и обобщение российской практики в сфере промышленного туризма.

Практическая значимость работы заключается в возможности использования разработанного промышленного тура в Амурской области.

1 ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие промышленного туризма, его специфика

Диверсификация туризма приводит к тому, что новые туристические объекты входят в ее интересы и появляются новые виды туризма и туризма нового типа. Промышленное наследие стран, а также его монументы являются одними из наиболее распространенных типов объектов культурного наследия во всем мире¹.

В нынешних условиях туризм можно рассматривать как ускоритель развития экономики регионов, позволяющий использовать весь спектр рекреационных ресурсов: социальный, культурный, промышленный и климатический потенциал. Практически во всех промышленно развитых странах есть потенциал для развития промышленного туризма на основе градостроительных и инновационных предприятий, с возможностью формирования инвестиционной привлекательности и конкурентных преимуществ региона, положительного имиджа и улучшению инфраструктуры².

Стоит отметить, что в мире существуют разнообразные точки зрения на счет того, чем является промышленный туризм и что стоит называть промышленным туризмом. Различия во мнениях зависят от того, какие промышленные объекты демонстрируются туристам – активные они или нет – посещают ли их туристические группы, для каких целей они их посещают, организованы ли эти экскурсии и согласованы ли они с управлением промышленных объектов или нет. В Российской Федерации и странах СНГ иногда отдельно говорят о промышленном туризме, имея в виду такие виды деятельности как сталкерство, диггерство и другие элементы современной городской субкультуры, имеющий элементы крайности, которые не всегда являются законными³.

¹ Биржаков М.Б. Введение в туризм: учеб. М., 2017. С. 7.

² Зобова Е.В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России // Проблемы развития национальной экономики на современном этапе. 2018. № 10. С. 66.

³ Кадыров Р.В. Промышленный туризм как новое направление туристской индустрии // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства. 2018. № 11. С. 45.

Однако в основном авторы выделяют два понятия⁴:

– промышленный туризм – это изучение районов и объектов промышленного (гражданского) или специального (не гражданского и в том числе военного) назначения, а также заброшенных сооружений для получения умственного и ценностного удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса;

– промышленный (производственный) туризм – это организация регулярных туристических туров на действующие или когда-то действовавшие промышленные предприятия.

Производственный туризм не может быть рассмотрен как отдельная часть, его непосредственно связывают с другими видами туризма, такими как культурно-познавательный, образовательный, бизнес-туризмом и другими. Промышленный туризм ориентирован на несколько типов аудиторий – объекты интересуют не только туристов, но и инвесторов, техников, журналистов, студентов, поэтому туристический продукт производственного туризма может ощутимо отличаться по содержанию и другим особенностям⁵.

Выделяют две категории классификации производственного туризма. В зависимости от посещаемых предприятий промышленный тур разделяют на посещение одного предприятия и тур на несколько предприятий, объединённых одной темой. По количеству и состава туристических групп промышленный тур разделяют на экскурсии для школьников с целью общего развития; экскурсии для смешанных групп с профориентационными целями; экскурсии для профессиональных групп с целью ознакомления с предприятием как с будущими партнёрами⁶.

Необходимо, кроме того, подразумевать, что некоторые аспекты деятельности компаний являются основательными преградами для реализации производственного типа туризма, поэтому не все промышленные объекты должны

⁴ Головач Э.П. Тенденции развития промышленного туризма в мире // Вестник Брестского государственного технического университета. 2018. № 3. С. 10.

⁵ Аигина Е.В. Развитие промышленного туризма: понятия и примеры // Актуальные проблемы развития туризма. 2019. № 5. С. 18.

⁶ Гузенко А.А. Производственный туризм: российский и зарубежный опыт // Менеджмент и маркетинг в массовом спорте и туризме. 2018. № 2. С. 21.

быть посещены, в особенности широко. Помимо этого, данная деятельность не является очень выгодной для большинства устоявшихся компаний с финансовой точки зрения. При организации туров в рамках промышленного туризма существует вероятность оказаться в такой ситуации, когда компании совсем не заинтересованы в приеме туристов на своих объектах.

В целом промышленный туризм можно определить как посещение существующих промышленных объектов и объектов промышленного наследия, демонстрирующих свой опыт промышленного производства широкой, заинтересованной в этом аудитории. Его можно разделить на три основные категории:

- посещение действующих предприятий, которые открывают свои двери для посетителей, чтобы показать свои методы производства и свою продукцию;
- туризм на объектах промышленного наследия;
- научный туризм.

Процесс формирования и развития промышленного туризма является актуальной темой в современном мире, этот вид туризма позволяет увеличить экономический потенциал промышленных регионов, привлекает больше отечественных туристов и завоевывает доверие потребителей к продукции. Поездки, экскурсии на промышленные предприятия широко распространены по всему миру, они вызывают интерес у самых разных типов людей, разного возраста и профессии, которые хотят узнать новое и получить полезный опыт, изучая промышленные объекты. Фирмы, кроме того, заинтересованы в организации этих экскурсий, тем самым поддерживая и развивая свой бренд, демонстрируя технологические процессы и в итоге завоевывая доверие потенциальных клиентов⁷.

Промышленные туры являются способом раскрытия возможностей региона, компании, и в то же время форма профессионального консультирования.

Промышленный туризм способствует росту рейтинга, улучшению имиджа бренда, стимулирует лояльность потенциальных покупателей⁸:

- предлагается информация, позволяющая инициировать интерес посети-

⁷ Аигина Е.В. Развитие промышленного туризма: понятия и примеры // Актуальные проблемы развития туризма. 2019. № 5. С. 19.

⁸ Кузьминов А.Н. Теория организации промышленного туризма // Экономика. Менеджмент. Инновации. 2018. № 3. С. 75.

телей к фирме и ее продуктам. Это весьма перспективный инструмент маркетинга, поскольку представители целевой группы, зачастую, высокообразованы и имеют определенный статус;

- промышленный туризм может поддерживать текущий производственный процесс, т.к. на фоне внимания посетителей сотрудники нередко демонстрируют лучшие результаты;

- промышленный туризм может создать возможности для получения некоторого дополнительного дохода компании: продажи обычных видов продукции, сувениров, входных билетов, реализация «некондиционного» продукта и т.д.;

- это один из способов демонстрации корпоративной социальной ответственности: экскурсии могут стать частью стратегии, направленной на обеспечение лицензии для работы. Принимая посетителей, компании могут показать, как они относятся к своему персоналу, окружающей среде, что особенно важно для предприятий, например, химического или энергетического сектора;

- экскурсии в компании помогают найти потенциальных сотрудников, особенно студентов и ученых, заинтересованных в производственном процессе;

- промышленный туризм можно рассматривать как вариант контакта с потенциальным клиентом. Т.е. посещение объектов промышленного туризма следует рассматривать как особый инструмент исследования рынка; процесс, который обеспечивает обратную связь, также предоставляет вероятность принимать во внимание просьбы покупателей.

1.2 История развития промышленного туризма в мире

Концепция посещения предприятий и зарождение промышленного туризма уходит к XVII веку, и пионерами относительно массового производственного туризма в мире можно считать предприятия американской промышленности, особенно компанию Jack Daniel's, которая начала проводить экскурсии по фабрике производства бурбона в Теннесси в 1866 году. Позднее промышленные туры были разработаны в Европе, где объектами показа стали предприятия различных видов деятельности: от производства продуктов питания до автомобильных заводов. В конце XX века произошел новый скачок раз-

вития промышленного туризма, чему способствовали послевоенный промышленный спад в европейских странах, взрывной рост рынка услуг, покупка коммерческого компонента промышленным туризмом и увеличение доступности туристических услуг, а также освобождение бывших производственных мощностей для новых функций. Популярность приобрели: Развлекательный центр кондитерской фабрики Cudbery в Бирмингеме, Всемирный музей BMW в Мюнхене, авиазавод Airbus в Тулузе, музейный завод пивоваренной компании Guinness, территория промышленной зоны Рур в Германии, а также другие промышленные объекты по всему миру⁹.

Российский промышленный туризм начал свое развитие в советские времена, когда еще в 1930 годах АО «Советский турист» предлагало экскурсии по различным предприятиям, входящих в свой состав. В последующие годы было обычным явлением посещение кондитерских фабрик («Красный Октябрь»), тракторных заводов («Харьковский ТК») или сталелитейных заводов (знаменитый «Магнитогорск») и других более мелких промышленных объектов. Местом проведения таких экскурсий были не только промышленные предприятия, но и сельскохозяйственные предприятия, транспортные и другие. Они сыграли важную роль в профессиональном консультировании в СССР. В советское время традиционно организовывались посещения промышленных предприятий, которые имели постоянный характер, например посещение объектов сельского хозяйства, транспорта, для практики студентов-географов. Кроме того, в городе, где находился филиал университета, также были посещены предприятия, например, в рамках изучения таких дисциплин, как «Технологии промышленного и сельскохозяйственного производства». Во время посещения Урала студентов отвозили в Карагайский карьер для демонстрации добычи руды¹⁰.

Несмотря на то, что Российская Федерация является одной из крупнейших промышленных держав, промышленный туризм в стране начал стремительно развиваться только в 2017 году, когда был создан Совет по развитию

⁹ Кадыров Р.В. Промышленный туризм как новое направление туристской индустрии // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства. 2018. № 11. С. 46.

¹⁰ Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Tourlib.net: офиц. сайт. – 21.05.2008. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism (дата обращения: 20.03.2022).

промышленного туризма, который, помимо поощрения поездок на предприятиях, способствовал укреплению отношений между туризмом и производственными предприятиями и разработал «Карту промышленного туризма». Первоначально целевой аудиторией разработанных программ были учащиеся разных классов, посещающие предприятия с целью профессионального консультирования и образования. Популяризация промышленных экскурсий также проводится сегодня в рамках программы «Живые уроки», которая проводится в сотрудничестве с Министерством культуры и Ростуризмом в рамках образовательных проектов в различных регионах России. Одним из условий этих образовательных программ является посещение производственных предприятий. Например, в рамках «живых уроков» Чувашская Республика проводит экскурсии на Чебоксарскую ГЭС, кондитерскую «АККОНД», молочную ферму «Акконд-Агро», исторический музей Химпрома, Казанский вертолетный завод, ювелирный завод «Алмаз» и университет Иннополис. Также активно продвигается федеральный проект по развитию молодежного туризма в России «Ночи над Волгой», который проходил с 24 по 27 октября 2017 года. Также прошел Всероссийский студенческий форум по развитию промышленного туризма в Самаре. Целью форума было привлечение внимания студентов и молодежи к промышленным объектам Самары и Самарской области, посещение учреждений и общение с работниками промышленных объектов. В рамках Самарского форума студенты посетили завод «Нектар» и Самарский молочный завод «Самара-Лакто», GM-АвтоВАЗ, парковый комплекс истории техники и технопарк «Жигулевская долина»¹¹.

В России производство продуктов питания является наиболее популярным у туристов. А именно экскурсии на завод «Coca-Cola» и кондитерскую «Рот-Фронт», а также на Микотьяновский комбинат и сыроварню «Карат» в Москве, на завод «Чупа-Чупс», кондитерскую фабрику им. Н.К. Крупской и пекарню «Каравай» в Санкт-Петербурге; экскурсии проводятся с участием кон-

¹¹ Промышленный туризм. Все о туризме – образовательный туристический портал [Электронный ресурс] // Tourlib.net: офиц. сайт. – 21.05.2008. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism (дата обращения: 13.04.2022).

церна «Балтика» (Санкт-Петербург, Тула и Челябинск), двери для туристов открыло кондитерское объединение Ленинградской области «Любимый регион» и Томское объединение «Томское пиво»¹².

В Комсомольске-на-Амуре проводят экскурсии на авиационный завод имени Гагарина и филиал компании ЗАО «Гражданские самолеты «Сухого», первый производит военные самолеты, второй занимается окончательной сборкой самолета «Sukhoi Super Jet». АвтоВАЗ разрабатывает экскурсионную программу в Тольятти. Глава Ростуризма на одной из встреч рассказал о еще более амбициозном проекте – несколько ведомств совместно работают над организацией туристических поездок на некоммерческий космодром Плесецк¹³.

Следует отметить, что промышленный туризм в регионах России развит слабо и не достигает уровня развитых стран Европы. Регулирование со стороны государства, как на федеральном, так и региональном уровнях практически отсутствует. Опыт регионов свидетельствует, что в основном весь промышленный туризм складывается из нерегулярных экскурсий, организуемых для школьников и студентов. Тем не менее, промышленный туризм может служить эффективным инструментом для развития экономики региона. Роль и назначение промышленного туризма для экономики региона можно рассматривать с микро- и макроэкономических уровней¹⁴.

Преимущества от организации и развития промышленного туризма на микроуровне, т.е. в рамках конкретной организации заключаются в увеличении объемов производимой продукции, повышении качества товаров, создании положительного имиджа компании, продвижение торговой марки предприятия, привлечении инвесторов, поиске молодых специалистов.

В России промышленный туризм составляет всего 3 – 4 % туристического рынка, причем это число неравномерно распределено по регионам страны. Большую часть этого объема занимают Москва и Санкт-Петербург. Конечно, у

¹² Зобова Е.В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России // Проблемы развития национальной экономики на современном этапе. 2018. № 10. С. 70.

¹³ Там же. С. 72.

¹⁴ Никулина Ю.Н. Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты // Российское предпринимательство. 2017. № 13. С. 2063.

многих российских городов есть потенциал, но также существует ряд факторов, препятствующих активному развитию направлению промышленного туризма, от объективных (инфраструктурных) до стереотипных (туристы узнают коммерческую тайну)¹⁵.

Основным условием, препятствующим развитию промышленного туризма в России, является неравномерное и недостаточное развитие туристической инфраструктуры. Большинство предприятий промышленного туризма расположены не в центре городов, путь к ним лежит через промышленные районы, где часто нет заведений общественного питания, больших автостоянок или благоустроенных мест массового пребывания туристов. Можно выделить, что многие региональные туроператоры не склонны инвестировать собственные средства в формирование просветительных отраслевых туристических поездок, так как во реальности производственный туризм не является особо выгодным, несмотря на то конкурентная борьба в данном секторе не слишком велика, а в определенных регионах её совсем нет.

Ограниченный доступ туристов к предприятиям и производствам считается еще одной существенной преградой в дороге формирования промышленного туризма в Российской Федерации. Многочисленные клерки компаний считают, что шпионаж, недостаточное соблюдение правил безопасности, возможная чрезвычайная ситуация, отказ оборудования, повреждение продукции или, например, нарушение правил гигиены на производстве не позволяют им проводить экскурсии на своих предприятиях¹⁶.

В 2016 и 2017 годах был проведен опрос представителей нескольких крупных промышленных компаний с целью прояснения их взглядов менеджмента на промышленный туризм, и в итоге были получены почти единодушные заявления. Большинство представителей отметили, что они открыты для профессионалов и студентов в рамках работы по ориентации на работу. Некоторые предприятия уже работают со студентами по региональным программам в те-

¹⁵ Зобова Е.В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России // Проблемы развития национальной экономики на современном этапе. 2018. № 10. С. 73.

¹⁶ Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32732512> (дата обращения: 13.04.2022).

чение последних двух – трех лет¹⁷. Примеров экскурсий для массовых туристов не очень много, и прослеживается не очень заметное желание компаний развивать это направление.

1.3 Особенности технологии промышленного туризма

Промышленный туризм является относительно новым видом туризма, в связи с чем интерес представляет определение факторов его формирования и развития. Прежде всего, на промышленный туризм оказывают влияние общие факторы развития туриндустрии: социально-демографические, экономические и политические. Наряду с ними действует и ряд специфических (частных) факторов. Средообразующим фактором в сегменте промышленного туризма является опережающий рост отрасли туризма в целом. Интенсивное развитие туризма способствует его диверсификации, что проявляется в предложении новых турпродуктов и появлении новых видов туризма. Закономерным следствием интенсивного роста туристического рынка является его насыщение. В этих условиях возникает диверсификация спроса, что также является фактором развития промышленного туризма¹⁸.

Например, сегодня туристам уже недостаточно созерцать окружающую действительность, есть потребность в ее созидательном преобразовании. Такие активные формы промышленного туризма характерны главным образом при организации исторических производств, когда туристам предоставляется возможность попробовать изготовить какие-то изделия (украшения, игрушки, посуду и др.). Диверсификация спроса сопровождается развитием интегрированных видов туризма (промышленный и этнический, промышленный и познавательный и др.). К факторам развития промышленного туризма можно отнести интерес органов государственного и местного управления к формированию положительного имиджа территории (страны, региона, населенного пункта). Промышленный туризм позволяет потребителю сформировать собственное

¹⁷ Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32732512> (дата обращения: 13.04.2022).

¹⁸ Туризм и промышленность [Электронный ресурс] // Rusotourism.ru: офиц. сайт. – 03.03.2010. – URL: <http://rusotourism.ru/promyshlennyj-turizm-v-rossii.html> (дата обращения: 13.04.2022).

мнение об уровне социально-экономического развития территории. В этом контексте можно говорить о формировании новой концепции управления территориями – маркетинге территорий, и промышленный туризм может стать его эффективным инструментом. Специфическим фактором промышленного туризма является заинтересованность различных субъектов (родители, учреждения образования и др.) в формировании и накоплении человеческого капитала посредством повышения уровня образования (знание технологий производства, их экономических, социальных и экологических аспектов), нравственного и патриотического воспитания (экономия ресурсов, интерес к истории своей страны), изменения стереотипов потребительского поведения (выбор экологических товаров и упаковки, бережливое отношение к покупкам)¹⁹.

Однако главной движущей силой развития промышленного туризма являются интересы самих предприятий. В этой связи основным фактором является поиск, разработка и реализация новых, оригинальных инструментов промышленного маркетинга. Так, промышленный туризм для предприятия – это способ коммуникации с целевыми аудиториями, демонстрация приверженности концепции социально-этического маркетинга. Это также мероприятия по формированию гудвилла – доброго имени предприятия как фактора успешного бизнеса. Экскурсия способствует продвижению средств индивидуализации субъекта экономической деятельности (товарных знаков), позволяет привлечь новых покупателей, повысить узнаваемость торговой марки, приверженность к ней. Экскурсанты становятся участниками рекламных компаний предприятия, так как распространяют информацию об ассортименте, качестве товаров, каналах сбыта. Туристы могут быть в качестве фокус-группы в программах маркетинговых исследований (например, на предприятиях пищевой промышленности во время дегустации). Промышленный туризм позволяет получать дополнительные доходы за счет платы за вход или за экскурсию, увеличения объемов сбыта при приобретении товаров в фирменном магазине на территории производственного объекта, оказания дополнительных услуг питания (обед в столо-

¹⁹ Кузьминов А.Н. Теория организации промышленного туризма // Экономика. Менеджмент. Инновации. 2018. № 3. С. 75.

вой или кафе предприятия после или до экскурсии)²⁰.

Таким образом, к специфическим факторам формирования и развития промышленного туризма относятся: диверсификация производства в сфере туризма, обусловленная его опережающим ростом среди других отраслей; диверсификация спроса вследствие насыщения рынка туристических услуг; формирование новой концепции управления территориями – маркетинг территорий; заинтересованность различных субъектов в накоплении человеческого капитала; поиск, разработка и реализация новых оригинальных инструментов промышленного маркетинга.

Изготовители чаще всего впускают на свое предприятие действующего, либо потенциального потребителя, что является вполне результативной и экономичной рекламой: стоимость данной рекламы минимальна, а впечатления туристов позитивные. Производственный туризм может включать в себя не только наблюдение и мониторинг за производством продукта, но и предоставление тех или иных услуг. Фирмы, активно развивающие промышленный туризм, косвенно мотивируют своих сотрудников к дополнительному источнику дохода. Сотрудникам предприятий приятно осознавать, что их работа ценится и уважается посетителями, о чем свидетельствует неподдельный интерес туристов к их работе. Следовательно, растет производительность труда и повышается культура производства. Поставщики в данном случае выступают в двух видах – поставщики услуги и поставщики туристического объекта. Поставщик туристического объекта – само предприятие, поставщики услуги – турфирмы²¹.

Туристические фирмы рассматривают данную составляющую управленческого решения не только как способ подобрать список туроператоров по направлениям, утвердить и дать менеджерам по продажам- как правило для продаж и бронирований. Нет, работа в данном направлении на первом этапе развития и становления компании гораздо шире и более сложна. Необходимо постоянно сверяться со списком поставщиков, периодически встречаться на

²⁰ Промышленный туризм. Все о туризме – образовательный туристический портал [Электронный ресурс] // Tourlib.net: офиц. сайт. – 21.05.2008. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism (дата обращения: 13.04.2022).

²¹ Гузенко А.А. Производственный туризм: российский и зарубежный опыт // Менеджмент и маркетинг в массовом спорте и туризме. 2018. № 2. С. 22.

различных мероприятиях, которые проводят туроператоры, внимательно и вникать в предложения и инновации, методику взаимоотношений, отслеживать в динамике тенденции и тогда можно более рационально планировать ассортимент в течении года, грамотно позиционировать, оптимизировать свои доходы и избежать в ряде случаев проблемные и рискованные события²².

Для практической реализации промышленного туризма необходимо учитывать четыре основных момента, представленных на рисунке 1²³.

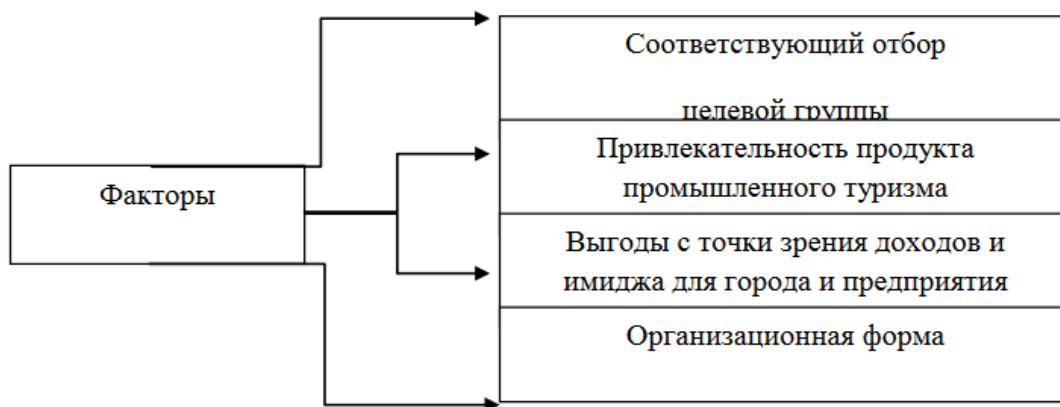


Рисунок 1 – Факторы реализации промышленного туризма

На отдельных моментах целесообразно остановиться более детально. Объем и масштаб целевой группы определяются привлекательностью (и доступностью) продукта. Целевая группа характеризуется такими параметрами, как возраст (дети, молодые люди или пожилые люди), пол, мотивы поездки (досуг, бизнес, образование), уровень образования, уровень дохода и т.д.

Целевую группу могут составлять посетители местного, национального или международного уровня. Отдельные виды промышленного туризма интересны только для относительно небольшого контингента желающих, другие – имеют потенциал для развития массового туризма. Привлекательность промышленного туризма – понятие субъективное и определяется предпочтениями целевой группы²⁴.

Как показывает практика, весьма привлекательны для туристов предприя-

²² Гузенко А.А. Производственный туризм: российский и зарубежный опыт // Менеджмент и маркетинг в массовом спорте и туризме. 2018. № 2. С. 23.

²³ Дурович А.П. Организация туризма: учеб. пособ. Минск, 2020. С. 71.

²⁴ Матвеевская А.С. Специальные виды туризма: учеб. пособ. СПб., 2018. С. 42.

тия, производящие средства передвижения (автомобили, мотоциклы), продукты питания (шоколад, вино и пр.) и познавательно-развлекательные виды продукции (например, фильмы). Особенности продукции актуальны для посетителей, ориентированных на отдых, которые демонстрируют желание попробовать или просто прикоснуться к потребительским товарам. Фактором привлекательности могут стать инновации производственного процесса. Помимо характеристик продукта, имеет значение качество обслуживания посетителей. Привлекательность промышленного туризма стимулируется предоставлением специальных информационных средств для посетителей (интерактивные информационные панели, презентационные буклеты, красочные путеводители), объектов общественного питания; возможностью непосредственно попробовать на ощупь или дотронуться до изделия(или материалов) и т.д.²⁵

Доступность объектов вносит свой вклад в развитие промышленного туризма. Прежде всего, важна легкость достижения пункта назначения. Причем это требование особое значение приобретает для такой целевой группы, как посетители с ограниченными физическими возможностями. Прием данной целевой группы сопряжен с дополнительными расходами по организации маршрута удобного передвижения по производственной площадке.

²⁵ Морозов М.А. Экономика организации туризма: учеб. М., 2021. С. 58.

2 СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РОССИИ И АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Состояние и тенденции развития промышленного туризма в России и Амурской области

Производственный туризм является важным направлением диверсификации продуктов внутреннего туризма. Возрастающая заинтересованность к производственным турам определяет необходимость задачи организации специальных экскурсионных программ и туристических программ на регулярной основе для промышленных предприятий. Российская Федерация имеет богатую промышленную историю. В России расположены всемирно известные горнодобывающие предприятия и уникальные конструкторские бюро, которые являются перспективными объектами для туристических экскурсий. По этой причине формирование и развитие промышленного туризма считается глубоким курсом деятельности в долгосрочной перспективе. В Российской Федерации промышленный туризм составляет всего 3 – 4 % туристического рынка. Большую долю в этом объеме занимают две столицы, хотя у многих российских городов есть большой потенциал. Руководитель Федерального агентства по туризму – Олег Сафонов, считает, что промышленные туры имеют большое значение для многих субъектов Российской Федерации, где сосредоточена промышленная мощь и промышленное и технологическое наследие России²⁶.

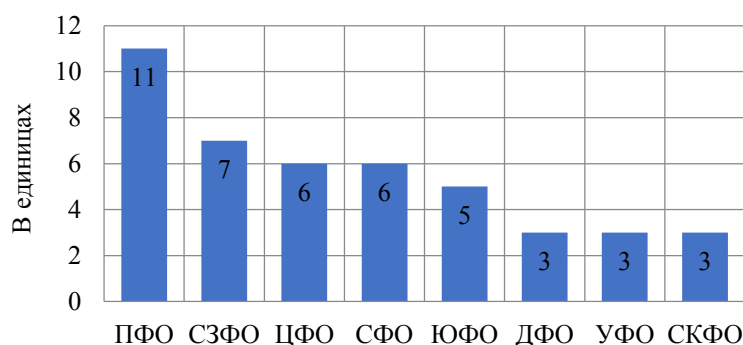


Рисунок 2 – Количество регионов по Федеральным округам по признаку наличия регулярно проводимых промышленных экскурсий

²⁶ Никулина Ю.Н. Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты // Российское предпринимательство. 2017. № 13. С. 2064.

Проведем анализ информационного освещения промышленного туризма в регионах России. Информационной базой исследования служат открытые данные в интернете: сайты региональных туристских администраций, компаний, вовлеченных в процесс оказания услуг по промышленному туризму, туристских организаций (туроператоров), специализирующихся на промышленном туризме, аналитические данные приложения Google trends, онлайн-опросы представителей компаний – лидеров различных сфер деятельности в регионах.

Первый этап анализа – контент-анализ сайтов региональных туристских администраций по признаку наличия (отсутствия) информации о промышленном туризме на региональных туроператорах.

Характеристика регионов по признаку наличия информации о промышленном туризме на сайте регионального органа по туризму по состоянию на 2021 г. (а) и 2017 г. (б): черный цвет – наличие информации, %; белый цвет – отсутствие информации, % (рисунок 3).

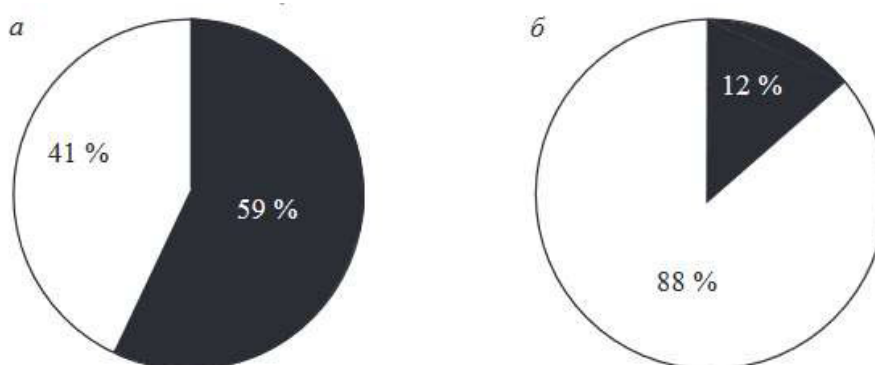


Рисунок 3 – Характеристика регионов по признаку наличия информации о промышленном туризме на сайте регионального органа

Далее представлен анализ регионов по признаку наличия (отсутствия) информации о промышленном туризме на сайте регионального органа.

Второй этап – контент-анализ сайтов компаний на предмет наличия информации об организации промышленных экскурсий на производства. Если в 2017 г., согласно анализу предложения крупнейших туроператоров в регионах, только в 44 субъектах РФ (52 %) предлагались экскурсионные программы в рамках промышленного туризма (проводились на постоянной основе или по

предварительному запросу), то сегодня в каждом субъекте найдется предприятие, заинтересованное в реализации промышленного туризма, организуются даже так называемые блогер-туры, призванные популяризировать местные производства и продукцию (рисунок 4).

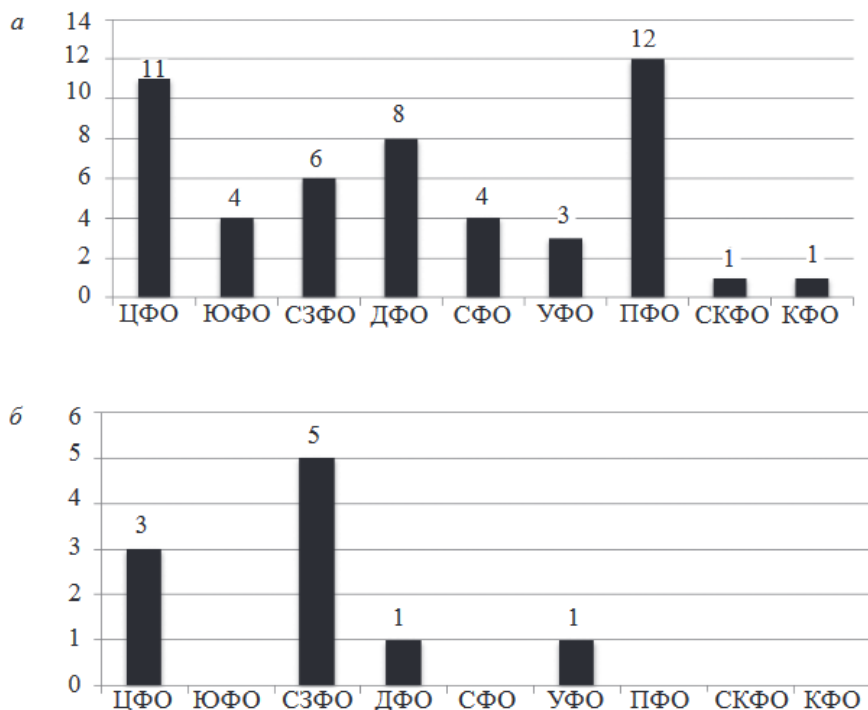


Рисунок 4 – Количество регионов в разрезе ФО по признаку наличия информации о промышленном туризме на сайте регионального органа по туризму по состоянию: а – на 2021 г. и б – на 2017 г.

Согласно результатам анализа Ю.Н. Никулиной и С.В. Трусова, подавляющее большинство продуктов промышленного туризма, предлагаемых на рынок, являются производственно-техническими, т.е. основаны на демонстрации производственного процесса. Такая специфика накладывает на формирование турпродукта ограничения инфраструктурного характера (высокие затраты на организацию безопасных туристских коридоров на производстве) и субъективные – стереотипное мышление.

Рассмотрим, какие экскурсии в России являются самыми популярными и востребованными у туристов (таблица 1)²⁷.

²⁷ Объекты промышленного туризма по субъектам РФ [Электронный ресурс] // Nbcrs.org: офиц. сайт. – 07.04.2006. – URL: <https://nbcrs.org/regions> (дата обращения: 13.04.2022).

Таблица 1 – Самые известные туристические промышленные объекты Российской Федерации

Экскурсия	Местоположение
г. Москва, Московская область	
Завод Кока-Кола	г. Москва
Кондитерская фабрика «РотФронт»	г. Москва
Фабрика мороженого «Чистая линия»	г. Долгопрудный
Аэропорт «Домодедово»	г. Домодедово
Завод имени Лихачёва	г. Москва
г. Санкт-Петербург, Ленинградская область	
Судостроительный завод «Северная верфь»	г. Санкт-Петербург
Волховская ГЭС	Ленинградская область
Императорский фарфоровый завод	г. Санкт-Петербург
Завод Соса-Сола	г. Санкт-Петербург
Петродворцовый часовой завод «Ракета»	г. Петергоф
Ленинградская АЭС	г. Сосновый Бор
Краснодарский край	
Кондитерский комбинат «Кубань»	г. Тимашевск
Завод «ОЧАКОВО»	г. Краснодар
ЗАО «Абрау-Дюрсо»	г. Новороссийск
Свердловская область	
Нижнетагильский металлургический завод	г. Нижний Тагил
Завод-музей истории горнозаводской техники	г. Нижний Тагил
Качканарский горно-обогатительный комбинат	г. Качканар
ПАО «Уралхиммаш»	г. Екатеринбург
Кемеровская область	
«Кузбассразрезуголь»	г. Кемерово
«Деревенский молочный завод»	г. Кемерово
«СУЭК-Кузбасс»	г. Ленинск-Кузнецкий
Тульская область	
Фабрика мороженого «Инмарко»	г. Тула
Автомобильный завод «Хавейл»	г. Тула
Пивоваренная компания «Балтика»	г. Тула
Туламашзавод	г. Тула

Делаем вывод, что большинство туристических предприятий, связанных с промышленным туризмом, находятся в западной части Российской Федерации.

Теперь рассмотрим, какие промышленных объекты в ДФО являются наиболее популярными, данные представлены в таблице 2²⁸.

Таблица 2 – Самые известные туристические промышленные объекты ДФО

Экскурсия	Местоположение
1	2
Амурская область	
Космодром «Восточный»	г. Циолковский
Бурейская ГЭС	пгт. Талакан

²⁸ Дальневосточный Туристический Центр [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 23.05.2015. – URL: <https://amur-tour.ru> (дата обращения: 13.04.2022).

Продолжение таблицы 2

1	2
Нижне-Бурейская ГЭС	пгт. Новобурейский
Судостроительный завод имени Октябрьской революции	г. Благовещенск
Кондитерская фабрика «Зея»	г. Благовещенск
Завод по переработке газа «Амурский ГХК»	г. Свободный
Соя «АНК»	г. Благовещенск
Хабаровский край	
филиал «Компания «Сухой» «Комсомольский-на-Амуре авиационный завод имени Ю.А. Гагарина»	г. Комсомольск-на-Амуре
РН-Комсомольский НПЗ	г. Комсомольск-на-Амуре
Амурский судостроительный завод	г. Комсомольск-на-Амуре
Амурметалл	г. Комсомольск-на-Амуре
Пивоваренная компания «Балтика»	г. Хабаровск
ННК-Хабаровский нефтеперерабатывающий завод	г. Хабаровск
Якутия	
ФАПК «Якутия»	г. Якутия
Якутский Гормолзавод	г. Якутия
Тепличный агрокомплекс «Саюри»	с. Сырдах
Якутская топливно-энергетическая компания	п. Кысыл-Сыр
Камчатский край	
Рыбокомбинат «Западный»	п. Озерновский
Рыбхолкам	с. Запорожье

Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать вывод, что Амурская область и Хабаровский край – ведущие регионы по развитию промышленного туризма в Дальневосточном Федеральном Округе. Хабаровский край – наиболее близкий конкурент для Амурской области, обладающий серьезным потенциалом развития промышленного туризма.

Промышленный туризм – это приоритетный вид туризма Амурской области, он выгоден и области с точки зрения позиционирования, и конкретным промышленным компаниям. На сегодняшний день в Приамурье функционирует около 1770 промышленных предприятий в таких важных сферах, как электроэнергетическая промышленность, газохимическая, металлообработка, сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых и другие²⁹.

Таблица 3 – Ведущие промышленные предприятия Амурской области

Наименование	Адрес
1	2
АО «560 Бронетанковый ремонтный завод»	ул. Первомайская, д.16, с. Возжаевка, Белогорский район, Амурская область, 676811
АО «Амурский уголь»	ул. Победы, д. 28, г. Райчихинск, Амурская область, 676770

²⁹ Ведущие промышленные объекты Амурской области [Электронный ресурс] // Leading-industry.ru: офиц. сайт. – 12.12.2009. – URL: <http://www.leading-industry.ru/reestr.php?uid=80> (дата обращения: 13.04.2022).

Продолжение таблицы 3

1	2
АО «Дальневосточная распределительная сетевая компания»	ул. Театральная, д. 179, г. Благовещенск, Амурская область, 675003
АО «Коммунальные системы БАМа»	ул. Привокзальная, д. 1, г. Тында, Амурская область, 676280
АО «Нижне-Бурейская ГЭС»	мкр. Гидростроителей, стр. 2, литер 3, пгт. Новобурейский, Бурейский район, Амурская область, 676720
АО «Туранлес»	ул. Зейская, д. 137, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
Вагоноремонтное предприятие «Магдагачи» – филиал ООО «Трансвагонмаш»	ул. Карла Маркса, д. 45, пгт. Магдагачи, Амурская область, 676124
Закрытое акционерное общество работников (Народное предприятие) Агрофирма «Партизан»	пр-т Ленина, д. 11, с. Раздольное, Тамбовский район, Амурская область, 676961
ЗАО «Агрофирма АНК»	с. Грибское, Благовещенский район, Амурская область, 675503
ЗАО «Улак Лес»	ул. Лазо, д. 1, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
Зейская ГЭС	ул. Советская, д. 28, п. Златоустовск, Селемджинский район, Амурская область, 676564
ОАО «Благовещенская кондитерская фабрика «Зея»	ул. Ленина, д. 18, г. Благовещенск, Амурская область, 675002
ОАО «Благовещенский завод строительных материалов»	ул. Заводская, д. 10, п. Белогорье, г. Благовещенск, Амурская область, 675901
ОАО «Молочный комбинат Благовещенский»	Игнатьевское ш., д. 22, г. Благовещенск, Амурская область, 675028
ОАО «Покровский рудник»	ул. Советская, д. 47, ст. Тыгда, Магдагачинский район, Амурская область, 676150
ОАО «Прииск Соловьевский»	ул. Ленина, д. 1, п. Береговой, Зейский район, Амурская область, 676208
ОАО «Судостроительный завод имени Октябрьской революции»	ул. Пушкина, д. 189, г. Благовещенск, Амурская область, 675003
ОАО «Хладокомбинат»	ул. Чайковского, д. 309, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Албынский рудник»	ул. Ленина, д. 140/1, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Амурагрокомплекс»	ул. Амурская, д. 17, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Амурагроцентр»	ул. Амурская, д. 17, г. Благовещенск, Амурская область, 675002
ООО «Амурский бройлер»	Моховая Падь, г. Благовещенск, Амурская область, 675020
ООО «Амурский металлообрабатывающий завод «Прогресс»	ул. Набережная, д. 7/1, п. Прогресс, Амурская область, 676790
ООО «Березитовый рудник»	ул. Красноармейская, д. 102, офис 401, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Благовещенский ремонтно-механический завод»	ул. Калинина, д. 137, г. Благовещенск, Амурская область, 675016
ООО «Виза»	ул. Фрунзе, д. 48, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Компания Блок»	ул. Мухина, д. 110, г. Благовещенск, Амурская область, 675029
ООО «Маломырский рудник»	ул. Ленина, д. 140/1, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Машиностроитель»	ул. Горького, д. 9, г. Благовещенск, Амурская область, 675002

Продолжение таблицы 3

1	2
ООО «Прайд»	ул. Заводская, д. 154, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Сельскохозяйственная производственная компания «Амурптицепром»	ул. Горького, д. 15, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
ООО «Тепличный»	ул. 1-я Тепличная, д. 28, с. Чигири, Благовещенский район, Амурская область, 675520
ООО «Тутаул Лес»	ул. Киевская, д. 5, офис 20, г. Тында, Амурская область, 676282
Свободненский вагоноремонтный завод – филиал ООО «Трансвагонмаш»	ул. Кривая, д. 1, г. Свободный, Амурская область, 676450
Филиал АО «Дальневосточная генерирующая компания» «Амурская генерация»	ул. Загородная, д. 177, г. Благовещенск, Амурская область, 675007
Филиал ПАО «Дальневосточная энергетическая компания» «Амурэнерго-сбыт»	ул. 50 лет Октября, д. 65/1, г. Благовещенск, Амурская область, 675000
Филиал ПАО «РусГидро» – «Бурейская ГЭС»	а/я 52, п. Талакан, Бурейский район, Амурская область, 676730
Филиал ПАО «РусГидро» – «Зейская ГЭС»	ул. Ленина, д. 3-А, г. Зея, Амурская область, 676200
Филиал ПАО «ФСК ЕЭС» – Амурское предприятие МЭС Востока	ул. Нагорная, д. 19, г. Благовещенск, Амурская область, 675000

Исходя из данных, представленных в таблице, можно сделать вывод, что на территории Амурской области находится много промышленных предприятий, которые уже являются туристическими объектами, либо потенциально могут стать ими и быть использованы для демонстрации развития промышленности и туризма Амурской области.

Промышленный туризм Амурской области интересен своей разноплановостью – здесь возможно создавать для туристов такие программы, в которых будут сочетаться знакомство с амбициозными, масштабными промплощадками мирового уровня, возможность побывать на интересующих предприятиях. Сформированный из таких объектов продукт не только привлечет туристов, но и будет способствовать продвижению амурских производителей, привлечению в регион специалистов различных уровней.

На территории Амурской области расположены крупные техногенные объекты регионального и федерального значения, представляющие значительный туристический интерес и имеющие серьезный потенциал для развития промышленного туризма³⁰:

³⁰ Промышленный туризм: перспективы и возможности развития в Амурской области [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45555333> (дата обращения: 13.04.2022).

1) Космодром «Восточный» – сдан в эксплуатацию стартовый комплекс «1С» для ракет «Союз-2». На сегодняшний день ведется строительство второго стартового комплекса;

2) Зейская, Бурейская и Нижне-Бурейская ГЭС – мощные гидроэлектростанции с большими плотинами и значительными площадями водохранилищ;

3) Маслоэкстракционный завод по переработке сои (ТОР «Белогорск»);

4) Благовещенская кондитерская фабрика «Зея» – крупнейший производитель кондитерских изделий на Дальнем Востоке России.;

Амурская область включена в топ-30 регионов страны и стала участником акселерационной программы по развитию промышленного туризма. Эту инициативу реализует «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации.

Целью Акселератора является создание модели развития промышленного туризма в регионах Российской Федерации, в том числе Амурской области, как механизма повышения имиджа и повышения открытости отечественных предприятий, формирования преданности и лояльности потребителей к продукции региональных брендов, поддержке профориентации учащихся и формированию новых туристических продуктов с целью привлечения туристов³¹.

2.2 Анализ спроса и предложения на промышленный туризм

Для того, чтобы сделать выводы о предложении турфирм в г. Благовещенск, требуется провести анализ наличия и отсутствия тех или иных экскурсий. Данные этого анализа представлены в таблицах 4 – 5.

Таблица 4 – Турфирмы и экскурсии, предлагаемые туристические маршруты, связанные с промышленным туризмом

Турфирма	Экскурсии	Местоположение
1	2	3
«Дальневосточный центр развития экскурсионного сервиса»	Кондитерская фабрика «Зея», поездка на Бурейскую ГЭС	г. Благовещенск

³¹ Эксперты акселератора АСИ определили 16 лучших региональных стратегий по развитию промышленного туризма [Электронный ресурс] // Asi.ru: офиц. сайт. – 25.05.1998. – URL: <https://asi.ru/news/187410> (дата обращения: 13.04.2022).

Продолжение таблицы 4

1	2	3
«АмурТурист»	Кондитерская фабрика «Зея», поездка на Бурейскую ГЭС	г. Благовещенск, ул. Кузнечная, 1
«Пилигрим Плюс»	Поездка на Зейскую, Бурейскую ГЭС, Космодром «Восточный»	г. Благовещенск, ул. 50 лет Октября, 42/2
«Спутник Амур»	Экскурсия на Космодром «Восточный»	г. Благовещенск, ул. Амурская, 85
«Визит Амур»	Поездка на Бурейскую ГЭС, Экскурсия на космодром «Восточный»	–

Таблица 5 – Сравнение цен на экскурсии у туристических фирм г. Благовещенск

В рублях

Экскурсия	«Дальневосточный центр развития экскурсионного сервиса»	«Амур-Турист»	«Пилигрим Плюс»	«Спутник Амур»	«Визит Амур»
Кондитерская фабрика «Зея»	460	700	х	х	х
Поездка на Бурейскую ГЭС	3000	3000	2500	х	х
Поездка на Зейскую ГЭС	х	х	8500	х	х
Экскурсия на Космодром «Восточный»	х	х	5600	10000	5050

В итоге можно сделать вывод, что промышленный туризм является востребованным типом туризма у туристических фирм г. Благовещенск. Цены на туристический продукт у туристических фирм также отличаются.

Теперь проведем опрос среди населения, чтобы узнать портрет туриста нашего туристического продукта.

На рисунке 5 иллюстрируется сегментация рынка потребителей на основе фактора пола.

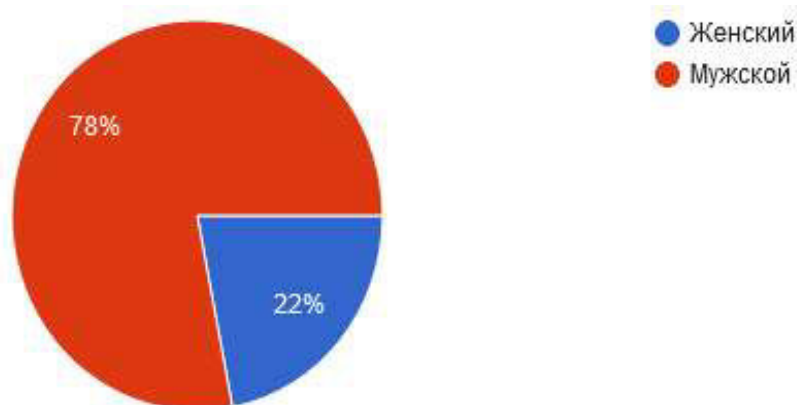


Рисунок 5 – Распределение ответов на вопрос «Укажите ваш пол?»

Из данных, полученных в ходе опроса можно сделать вывод, что абсолютное большинство опрошенных – мужчины – 78 %, и что больше всего промышленный туризм будет интересен для них.

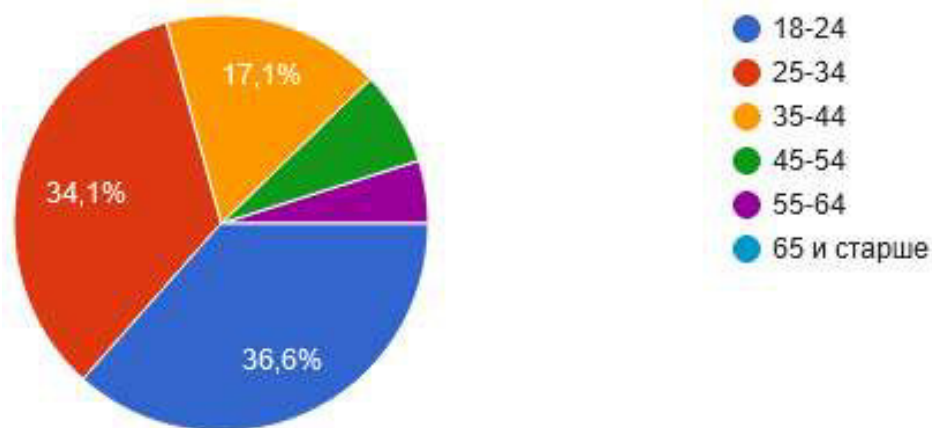


Рисунок 6 – Распределение ответов на вопрос «Укажите ваш возраст?»

Исходя из данных опроса, можно сделать вывод, что 36,6 % опрошенных относятся к возрастной группе от 18 до 24 лет, 34,1 % к группе от 25 лет 34 лет.

Графическая сегментация опрошенных потребителей по роду занятий представлена на рисунке 7.



Рисунок 7 – Распределение ответов на вопрос «К какой группе работников вы себя относите?»

Исходя из данных опроса можно сделать вывод, что промышленный туризм интересен различным слоям населения, но наиболее интересен он учащимся, студентам, 31,7 % от общего числа опрошенных.

Далее, проведем социально-экономический анализ потенциальных туристов, зная их доход (рисунок 8).

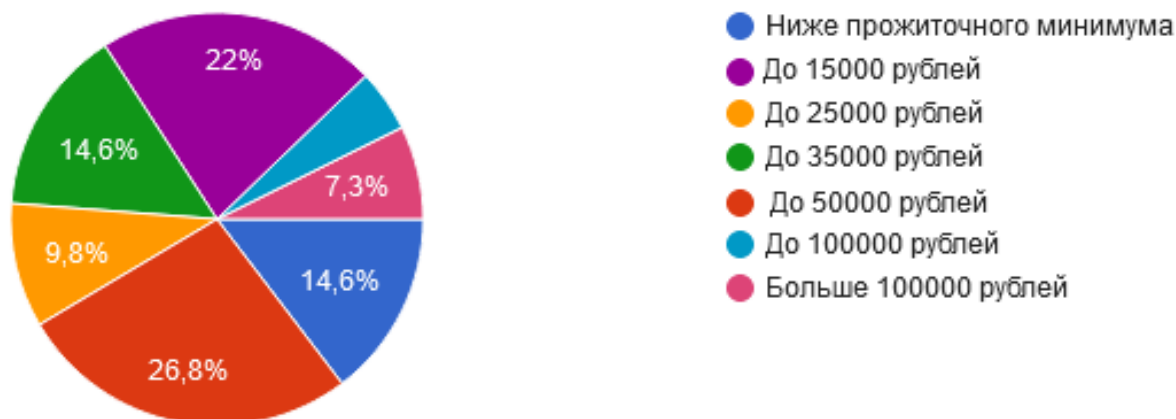


Рисунок 8 – Распределение ответов на вопрос «Какой у вас ежемесячный уровень дохода?»

Делаем вывод, что в промышленном туризме заинтересованы слои с различной заработной платой, от 12000 до более чем 100000 рублей в месяц. Однако, в основном потенциальный турист зарабатывает до 50000 рублей в месяц.

Проведем опрос, чтобы узнать, как часто в общем путешествуют потенциальные потребители (рисунок 9).

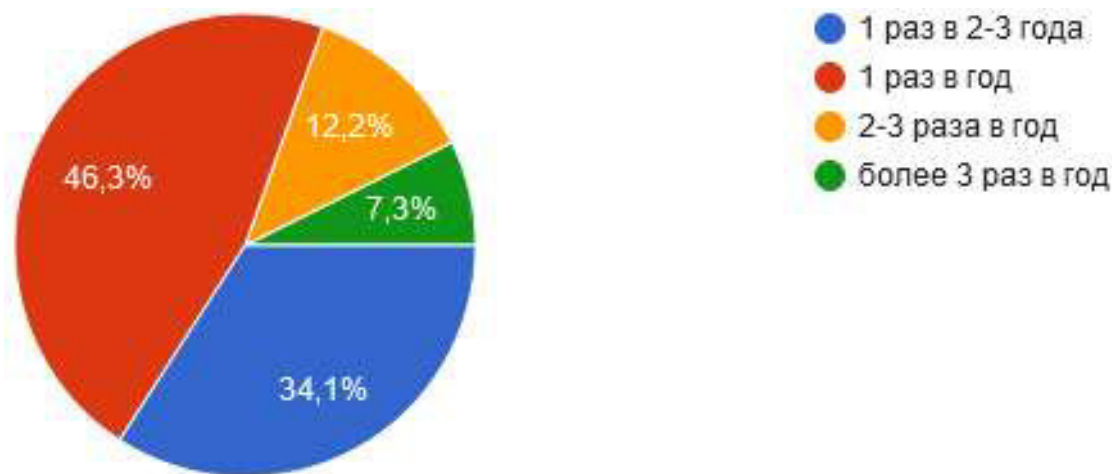


Рисунок 9 – Распределение ответов на вопрос «Как часто вы путешествуете?»

В итоге можно сделать вывод, что большинство потенциальных потребителей путешествуют 1 раз в год, либо 1 раз в 2-3 года.

Узнаем, какую сумму опрошенные тратят на путешествие (рисунок 10).

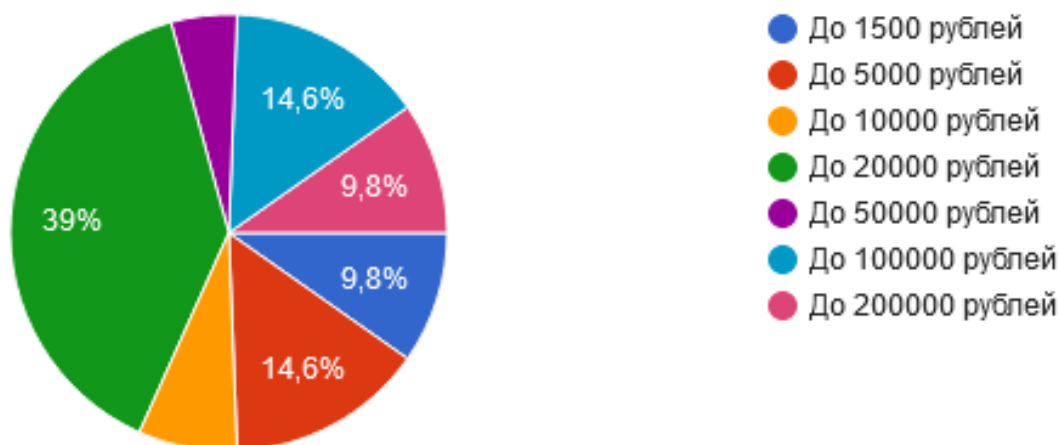


Рисунок 10 – Распределение ответов на вопрос «Какую сумму вы тратите на путешествие?»

Большинство опрошенных сообщили, что они тратят до 20000 рублей на путешествие.

Далее, узнаем, в какое время года потенциальным путешественникам нравится путешествовать (рисунок 11).

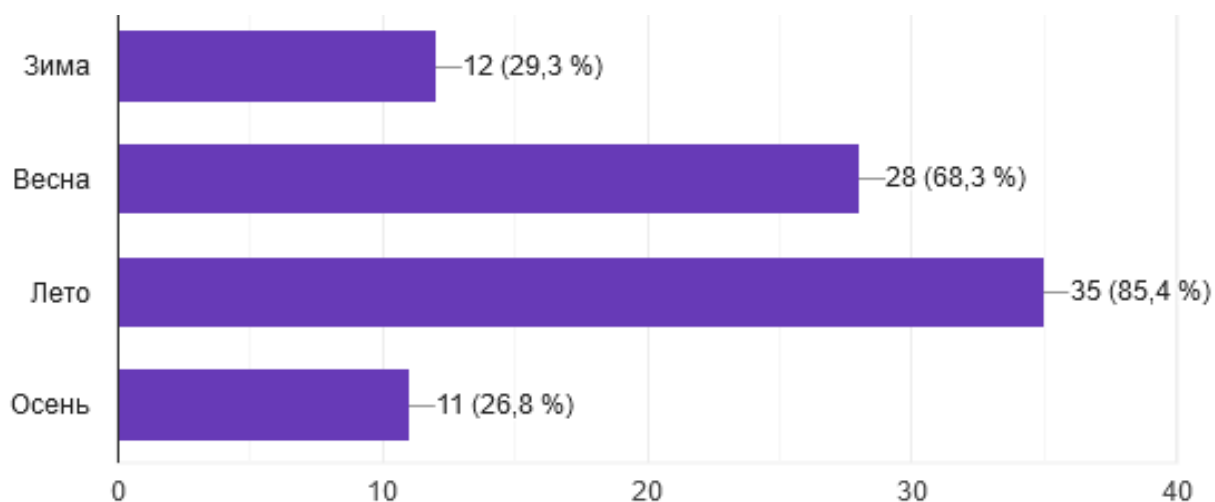


Рисунок 11 – Распределение ответов на вопрос «В какой период времени вы предпочитаете путешествовать?»

Делаем вывод, что большинство опрошиваемых респондентов предпочитают путешествовать преимущественно весной-летом.

Следует выяснить, какие места для проживания предпочитают путешественники (рисунок 12).

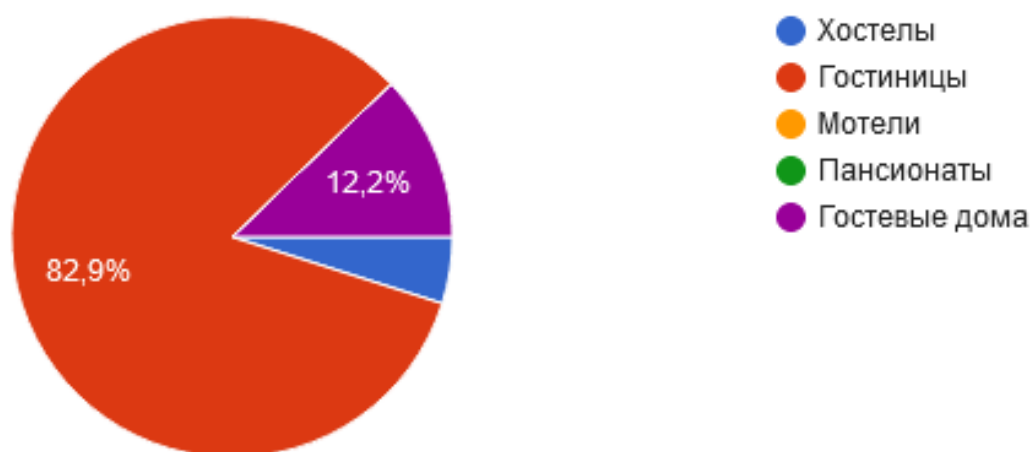


Рисунок 12 – Распределение ответов на вопрос «Какие места проживания вы предпочитаете на время путешествий?»

Абсолютное большинство опрошиваемых выбрали в качестве ответа гостиницы в качестве места для ночлега – 82,9 %.

Следует выяснить, слышали ли потенциальные путешественники о промышленном туризме.

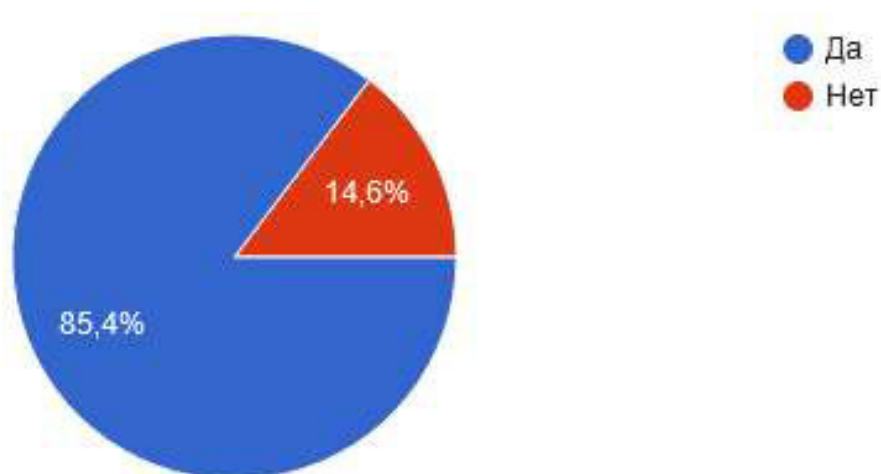


Рисунок 13 – Распределение ответов на вопрос «Слышали ли вы когда-нибудь о промышленном туризме?»

Как можно видеть, большинство опрошенных – 85,4% уже слышали о промышленном туризме, что говорит о том, что данный вид туризма стремительно развивается и популяризируется.

Узнаем у опрошиваемых, принимали ли они когда-нибудь участие в промышленных турах/экскурсиях (рисунок 14).

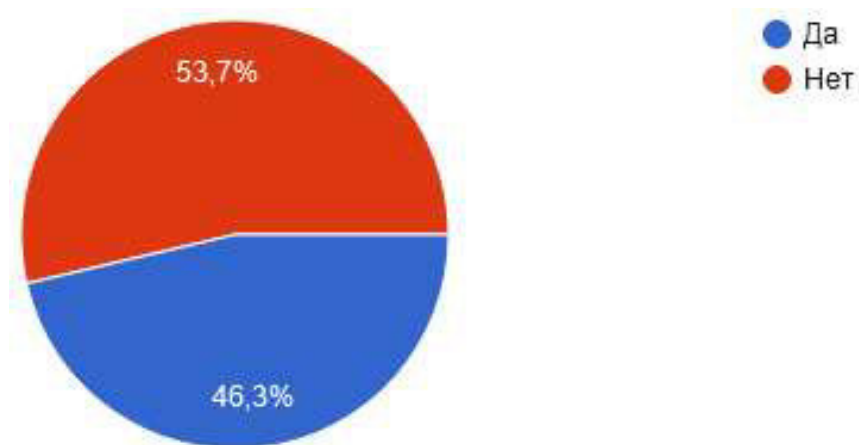


Рисунок 14 – Распределение ответов на вопрос «Вы когда-нибудь участвовали в промышленных турах/экскурсиях?»

Исходя из опроса, можно сделать вывод, что большинство туристов ещё не посещали промышленные объекты в качестве туристов, но большое количество опрошиваемых уже побывало в качестве туриста на промышленном предприятии.

Следует узнать, считают ли опрошиваемый промышленный туризм – перспективным направлением развития (рисунок 15).

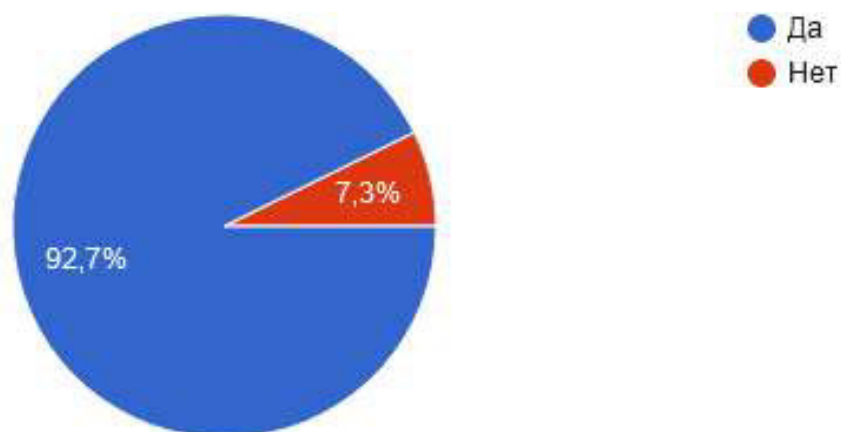


Рисунок 15 – Распределение ответов на вопрос «Считаете ли вы промышленный туризм перспективным направлением?»

Делаем вывод, что абсолютное большинство опрошиваемых считает – 92,7 %, что промышленный туризм – перспективное направления развития туризма.

Нужно узнать у респондентов, что по их мнению является преградой для

развития промышленного туризма в Амурской области (рисунок 16).

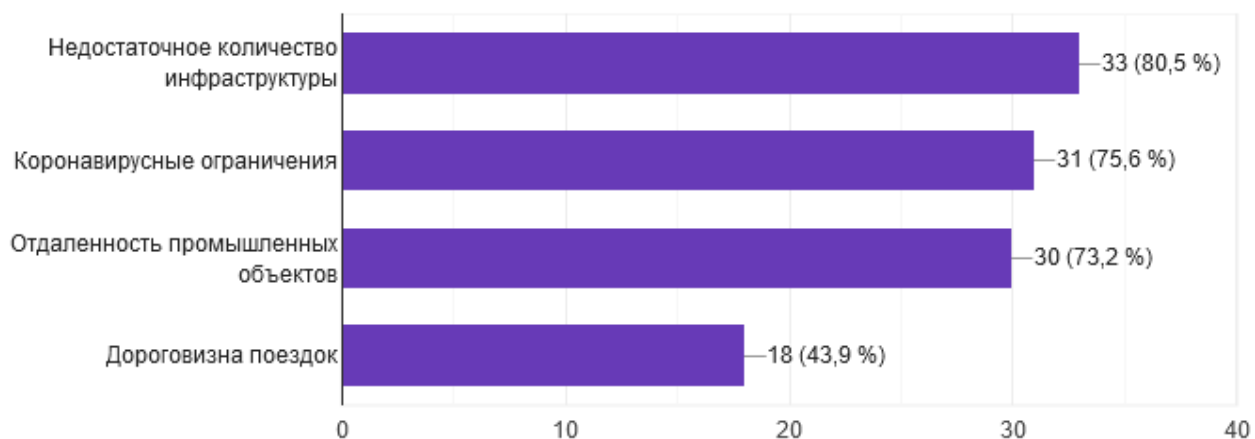


Рисунок 16 – Распределение ответов на вопрос «Как вы считаете, что мешает развитию промышленного туризма в Амурской области?»

Можно сделать вывод, что большинство опрошенных видят проблемы в недостаточном количестве инфраструктуры, коронавирусных ограничениях и отдаленности промышленных объектов. Меньшее количество респондентов выбрали дороговизну, как проблему для развития промышленного туризма в Амурской области.

Далее, узнаем у респондентов, сколько денег они готовы тратить на промышленный тур по Амурской области (рисунок 17).

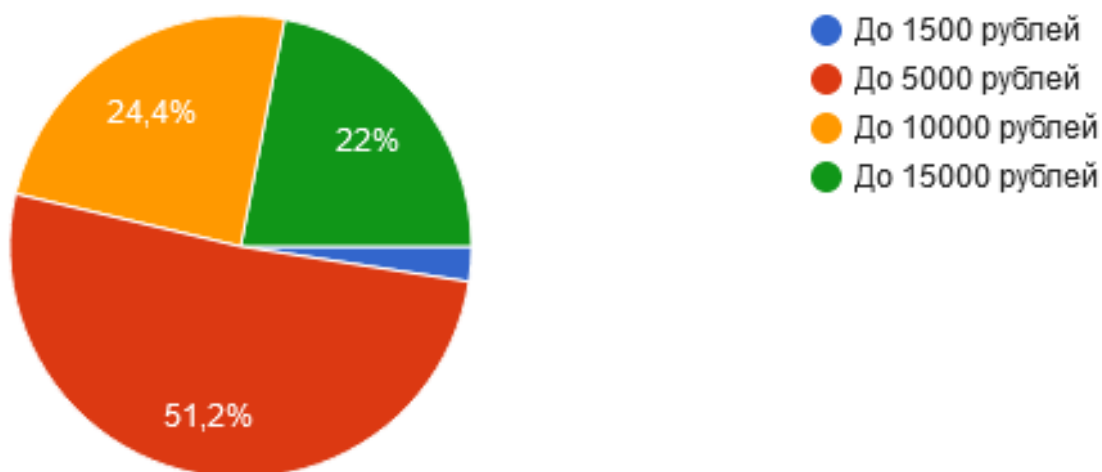


Рисунок 17 – Распределение ответов на вопрос «Сколько денег вы готовы потратить на промышленный тур по Амурской области?»

В итоге можно сделать вывод, что большинство опрошенных респон-

дентов – 51,2 % готовы тратить на промышленный тур по Амурской области до 5000 рублей.

Узнаем у потенциальных покупателей, как часто они готовы отправляться в промышленный тур по Амурской области (рисунок 18).

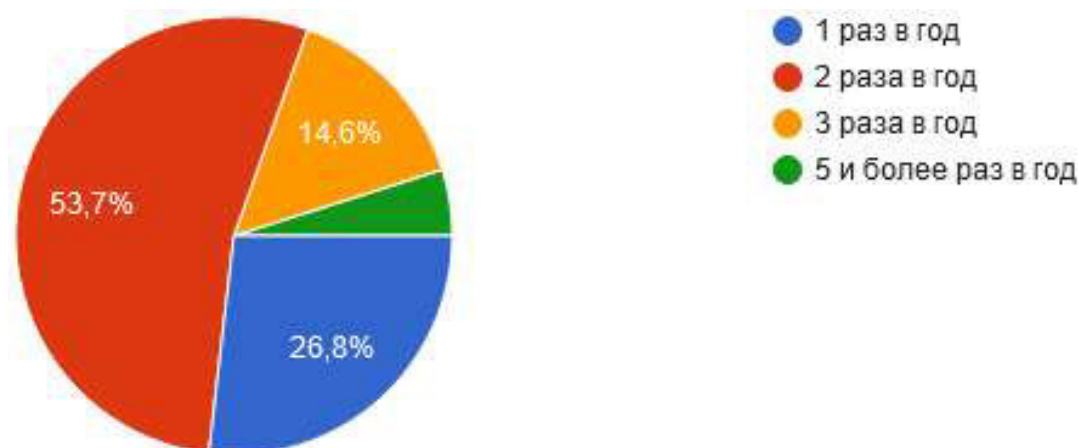


Рисунок 18 – Распределение ответов на вопрос «Как часто вы готовы отправляться в промышленные туры?»

Исходя из результатов опроса можно сделать вывод, что большинство туристов – 53,7 % готовы отправляться в промышленный тур 2 раза в год.

Уточним, какая продолжительность тура является комфортно и устраивает потенциального потребителя (рисунок 19).

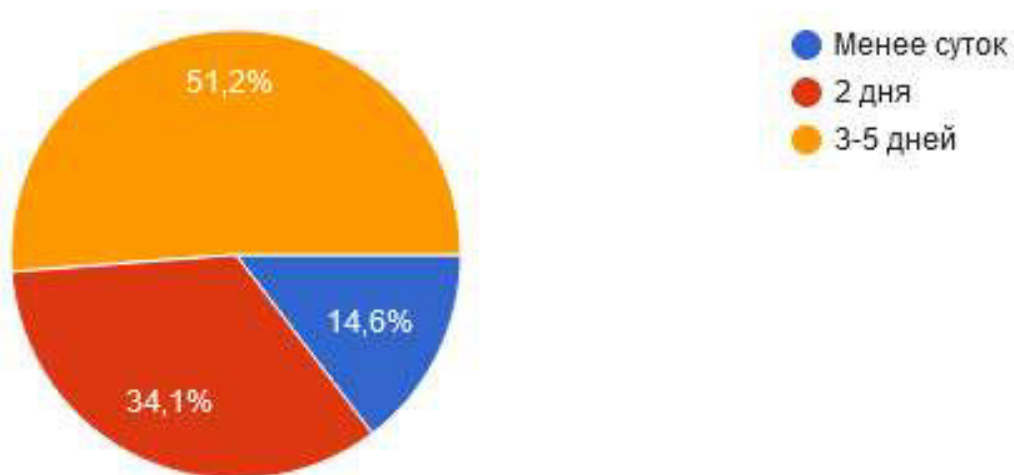


Рисунок 19 – Распределение ответов на вопрос «Какая продолжительность промышленного тура вас устраивает?»

Для большинства респондентов продолжительность тура в 3 – 5 дней яв-

ляется наиболее комфортной.

Узнаем у опрашиваемых респондентов, какая цель для посещения промышленного тура является для них важнейшей (рисунок 20).

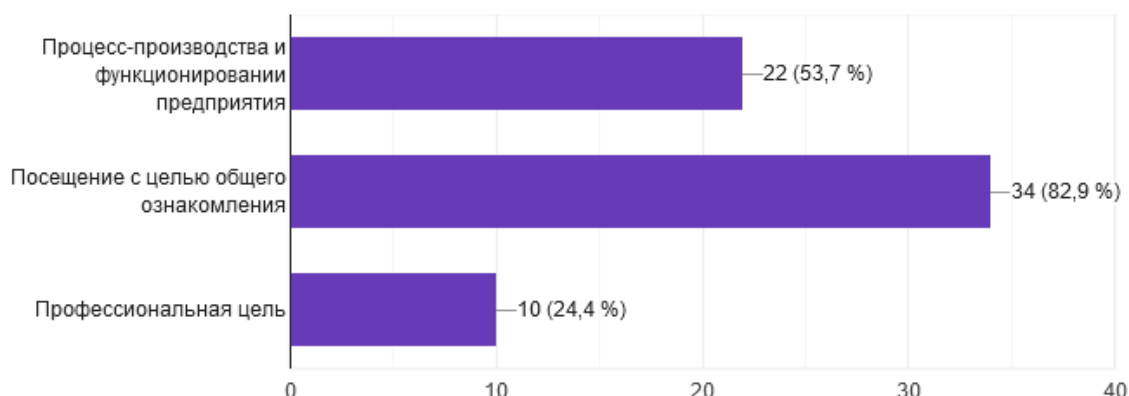


Рисунок 20 – Распределение ответов на вопрос «С какой целью вы готовы отправиться в промышленный тур?»

Исходя из ответов на опрос, можно сделать вывод, что большинство из опрашиваемых – 82,9 % выбрали пункт «Посещение с целью общего ознакомления» наиболее близким для себя.

Узнаем у потенциальных потребителей, какие типы промышленных предприятий вызывают у них наибольший интерес (рисунок 21).

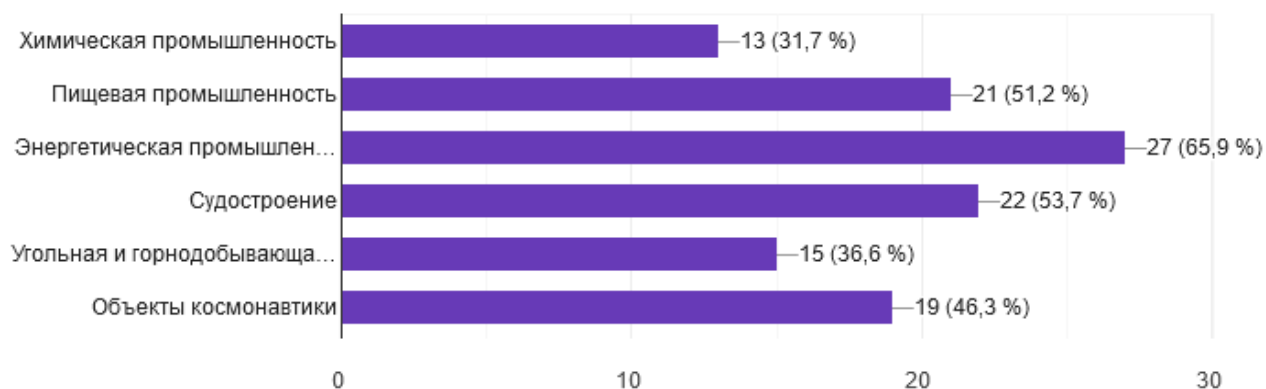


Рисунок 21 – Распределение ответов на вопрос «Какие типы промышленных предприятий наиболее вас интересуют?»

Делаем вывод, что большинству опрашиваемых интересна энергетическая промышленность, судостроение, пищевая промышленность и объекты космонавтики. Наименее интересуется опрашиваемых химическая промышленность.

В итоге следует узнать у респондентов, какие объекты наиболее интересуют их, и сделать вывод по этим данным (рисунок 22).

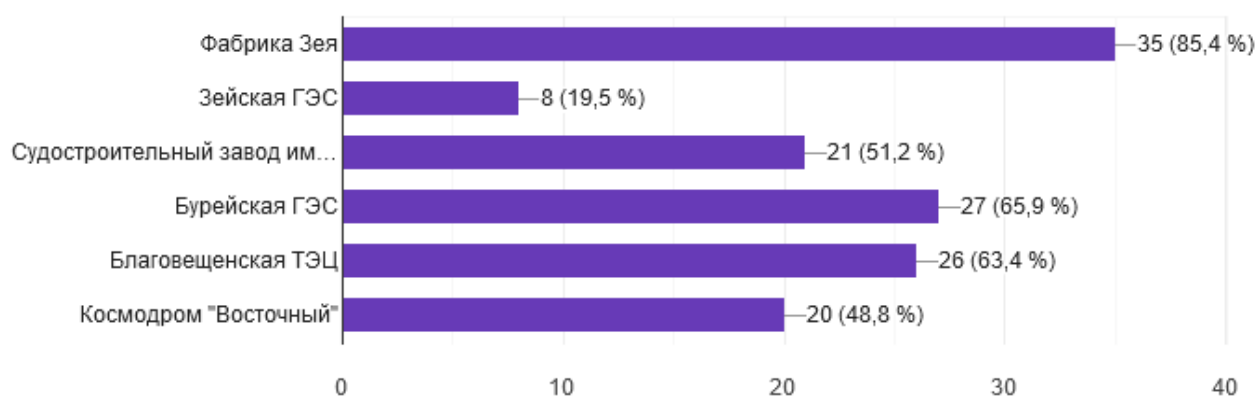


Рисунок 22 – Распределение ответов на вопрос «Выберите наиболее интересующие вас промышленные объекты Амурской области»

Исходя из результатов, можно сделать вывод, что портрет нашего потенциального туриста выглядит следующим образом: мужчина, от 18 до 24 лет, путешествующий раз в два-три года, имеющий ежемесячный доход до 50000 рублей, считающий промышленный туризм перспективным направлением, готовый тратить на промышленный тур до 5000 рублей и путешествовать два раза в год, желающий посетить промышленный тур с целью общего ознакомления, готовый потратить 3 – 5 дней на тур, не интересующийся одним конкретным объектом.

2.3 Основные проблемы и перспективы развития промышленного туризма в регионе

Актуальность проблемы развития промышленного туризма в Амурской области сложно недооценить. Населению нужен современный отдых, который можно совмещать с мероприятиями познавательного характера. Экскурсии по различным действующим предприятиям – это именно то, что интересно современным туристам.

Главными проблемами промышленного туризма в Амурской области на основе проведенного опроса можно назвать:

- недостаточное количество инфраструктуры;
- дороговизна поездок;

- коронавирусные ограничения;
- отдаленность промышленных объектов.

Рассмотрим проблемы с недостатком инфраструктуры для туристов. На Зейской, Бурейской и Нижне-Бурейской ГЭС мало возможностей наблюдать за работой ГЭС со стороны, т.к. у объектов мало обзорных площадок. На Зейской ГЭС не отсутствует возможность посещения наблюдательной площадки машинного зала и наблюдательной площадки в левой части плотины. Также на территориях промышленных объектов, которые не связаны с пищевой промышленностью недостаточно сувенирных материалов, что является негативным фактором для туристов, которые посещают объект. В дальних объектах области не хватает качественных объектов гостиничной индустрии и информационной инфраструктуры.

Под коронавирусными ограничениями имеется ввиду социальная дистанция и ограниченное количество туристов на экскурсии, а также ограничения в виде обязательных прививок/тестов на наличие антител. Одной из самых пострадавших отраслей экономики в период пандемии стала туристическая отрасль. Уровень мирового туризма в 2020 г. сократился на 73 % и вернулся к уровню 1950 г. Сокращение мирового туризма в I квартале 2021 г. составило 88 %.

Эпидемия коронавируса дала импульс развитию внутреннего туризма в Амурской области, но развитие промышленного туризма, по большей части, поставлено на паузу в целях эпидемиологической безопасности на промышленных объектах, что является большой проблемой, мешающей развитию промышленного туризма. Работа над проектами, которые прорекламируют этот вид туризма, когда обстановка нормализуется, постепенно идет. Из-за пандемии посещение объектов промышленного туризма, пока ограничено для приема туристов, но туристическим компаниям идут навстречу с ознакомительными турами. Тем не менее, прием туристических групп в будущем будет возобновляться и с правилами, которые промышленные объекты смогут предложить туристическим компаниям для сотрудничества, Амурская область в настоящий момент является местом для привлечения туристов и увеличения турпотока, потому что данный запрос для области стабильный.

Отдаленность промышленных объектов связана с природными факторами, а именно выгодным местоположением промышленных объектов, таких как:

- 1) Космодром «Восточный»;
- 2) Бурейская ГЭС;
- 3) Зейская ГЭС;
- 4) Нижне-Бурейская ГЭС.

Данные объекты расположены отдалено от областного центра, г. Благовещенск и это является весомым аргументом для туристов, чтобы задуматься о их посещении.

Также, несмотря на разнообразие промышленных объектов, расположенных на территории области, предлагаемые экскурсионные программы имеют ограниченное количество мест (непосредственно на территории того или иного промышленного объекта) для посещения.

В Амурской области наблюдается повышение туристического интереса к техногенным объектам, как со стороны иностранных туристов, так и местных жителей, что обуславливает необходимость развития промышленного туризма. Суммарное большинство опрошенных считает, что промышленный туризм является перспективной сферой туризма.

На территории Амурской области в настоящее время ведется строительство перспективных объектов для развития туризма³²:

- туристический комплекс «Золотая миля»;
- амурский газоперерабатывающий завод – крупнейший в России и один из самых крупных в мире;
- трансграничная канатно-подвесная дорога через Амур между городами Благовещенск (РФ) – Хэйхэ (КНР), с пропускной способностью 600 человек в час;
- пограничный мостовой переход через Амур в районе городов Благовещенск (РФ) – Хэйхэ (КНР) для создания международного транспортного коридора, работающего круглый год.

³² Промышленный туризм: перспективы и возможности развития в Амурской области [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45555333> (дата обращения: 13.04.2022).

На прошедшем недавно форуме «Всероссийский акселератор по промышленному туризму» Амурская область победила в номинации «ПРОМсинергия». Успешная стратегия развития промтуризма разработана инициативной командой, состоящей из сотрудников предприятий, учебных заведений, а также инфраструктуры поддержки бизнеса. На туристическом форуме были расставлены упоры стратегии развития промышленного туризма на территории Амурской области.

В Амурской области планируется создание новых маршрутов и программ, продвижение промышленных туров с широкой поддержкой федеральных СМИ. Разработана и реализуется концепция промышленного тура на Космодром «Восточный», также существует проект дорожной карты по развитию туризма по этому направлению. Космодром – главный, но не единственный объект, представляющий интерес туристов, как из Дальнего Востока, так и из других регионов России.

Одним из наиболее популярных промышленных объектов в Амурской области является космодром «Восточный». Космодром «Восточный» – это первый и единственный действующий в Российской Федерации гражданский космодром, который принимал до пандемии коронавируса от 460 до 2000 туристов в год. Невзирая на формирующуюся инфраструктуру, систематические запуски, въезд для туристов ограничен по соображениям эпидемиологической безопасности с начала 2020 года. Тем не менее, в настоящий момент компания Роскосмос поддерживает политику властей Амурской области в проведении экскурсий, особенно по профориентации молодежи на территории космодрома, а также организует экскурсии на космодром, но с ограниченным количеством туристов³³.

Стоит отметить, что эксперты АО «Центр эксплуатации наземной космической инфраструктуры», входящего в корпорацию «Роскосмос», принимают участие в развитии промышленного туризма на территории Амурской области. Совместно с Министерством экономического развития и внешних связей

³³ Космодром «Восточный» Госкорпорация «Роскосмос» [Электронный ресурс] // Roscosmos.ru: офиц. сайт. – 20.08.2004. – URL: <https://www.roscosmos.ru/255> (дата обращения: 13.04.2022).

Амурской области и Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов были разработаны меры по продвижению космонавтики, укреплению и повышению имиджа, формированию лояльности клиентов, повышению интереса и осведомленности и привлечению инвестиций³⁴.

Также, в список наиболее перспективных проектов ПАО «РусГидро» по развитию туризма включены следующие гидроэлектростанции: Бурейская и Нижне-Бурейская. Первые поездки туристов также организуются на МЭЗ «Амурский». Они дают не только познакомиться с уникальным заводом по переработке сои, но и посмотреть на второй по величине город Амурской области – Белогорск. Власти Амурской области рассчитывают, что промышленный туризм обеспечит ежегодный рост посещаемости региона.

³⁴ Космодром «Восточный» Госкорпорация «Роскосмос» [Электронный ресурс] // Roscosmos.ru: офиц. сайт. – 20.08.2004. – URL: <https://www.roscosmos.ru/255> (дата обращения: 13.04.2022).

3 РАЗРАБОТКА НОВОГО ТУРА ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

3.1 Общая характеристика тура «Амурский промышленник»

В рамках третьей главы был разработан промышленный тур по Амурской области «Амурский промышленник» с двумя вариантами поездки.

Название тура «Амурский промышленник» соответствует его программе – цель тура заключается в изучении знаменитых промышленных объектов Амурской области. Целевой аудиторией тура исходя из проведенного опроса является мужчина, от 18 до 24 лет, путешествующий раз в два – три года, имеющий ежемесячный доход до 50000 рублей, считающий промышленный туризм перспективным направлением, готовый тратить на промышленный тур до 5000 рублей и путешествовать два раза в год, желающий посетить промышленный тур с целью общего ознакомления, готовый потратить 3 – 5 дней на тур, не интересующийся одним конкретным объектом.

В стоимость тура входит:

- транспортные затраты (автобус);
- проживание;
- питание по расписанию;
- экскурсионная программа, услуги гида-проводника и сопровождающего.

Данный тур представлен в двух вариантах:

- 1) с экскурсией на космодром «Восточный»;
- 2) без экскурсии на космодром «Восточный».

Так как подготовка к поездке на космодром «Восточный» занимает около трех месяцев из-за оформления пропуска для туриста, то можно оформить поездку без экскурсии на космодром по второму варианту. Тогда данный вариант тура будет оформлен гораздо быстрее.

Рассмотрим первый вариант поездки без экскурсии на космодром «Восточный».

Продолжительность: три дня.

Тип маршрута: радиальный.

Объекты, показанные во время маршрута: Судостроительный завод им. Октябрьской революции, Благовещенская ТЭЦ, Кондитерская фабрика «Зея», Бурейская ГЭС.

В первый день туристы встретятся с сопровождающим на ж/д вокзале/автовокзале/аэропорте г. Благовещенск, после чего последует трансфер и заселение в гостиницу «Азия». После этого туристы с сопровождающим отправятся на экскурсию на Судостроительный завод имени Октябрьской революции.

Старейшее предприятие Амурской области ОАО «Судостроительный завод имени Октябрьской революции» считается главным снабженцем удильных судов для Дальнего Востока. История предприятия начинается с открытия чугунолитейных заводов в 1887 году. В конце XIX века механический и машиностроительный завод, как его тогда называли, взял на себя заявки на постройку пароходов, также котлов оснащения с целью добычи страдания также золота. В 1931 году при Советском Союзе он был переименован в Благовещенскую судостроительную верфь и получил крупный государственный заказ на строительство нефтяных барж мощностью от трех до четырех тысяч тонн и буксиров для доставки нефти на Хабаровский нефтеперерабатывающий завод. Во время начала Великой Отечественной войны государственный заказ был выполнен, и имел большую значимость, обеспечив фронт требуемыми нефтепродуктами. В последующие годы завод построил ряд крупных судов высокой грузоподъемности и осадки, первый в Амурской области рефрижератор «Дальний Восток», освоил выпуск оборудования для горной, золотодобывающей и химической промышленности, а также металлических резервуаров с внутренним противокоррозионным оснащением. В 1965 году завод был переведен на постройку морских судов и менее чем за 8 лет построил 96 буксиров и 125 морских рыболовных судов, включая склад охлажденной рыбы для работы в экваториальных водах Атлантического океана, в дополнение к другой продукции³⁵.

Благовещенская судостроительная верфь была переименована в 1974 году

³⁵ Судостроительный завод имени Октябрьской революции [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 05.12.2013. – URL: <https://amurnelma.ru> (дата обращения: 13.04.2022).

в судостроительный завод, коим он является до сих пор. Было начато производство новейших на то время рыболовных судов в различных модификациях, и в общей сложности для рыбаков Дальнего Востока было построено более 320 единиц техники. В 1987 году Судостроительный завод был награжден орденом Трудового Красного Знамени. В 1994 году завод был преобразован в Открытое Акционерное Общество. В конце 1990 годов была создана единственная область горячего цинкования в Дальневосточном Федеральном Округе, которая позволяет наносить цинковое покрытие на стальные поверхности деталей длиной до 12 метров. Помимо этого, заводом был разработан уникальный проект по изготовлению куполов и шатровых крыш для церкви Благовещения Пресвятой Богородицы в г. Благовещенск и собора Святой Троицы в Тынде. Для строящейся Бурейской ГЭС были изготовлены детали обшивки ворот, водопроводные трубы к турбинам диаметром 6,5 и 8,5 метра из стали толщиной от 12 до 40 мм и другое нестандартное для судостроительного завода оборудование. Для Бурейского также водохранилища был создан комплекс оборудования для сбора и утилизации древесного плавника, который, помимо баржевых платформ и планшетов для технологического оборудования, включает в себя уникальные буксиры, разработанные конструкторским бюро «Редан» в Санкт-Петербурге. Завод передал заказчику головной и первый серийный рейдовый водолазный катер нового поколения, большие гидрографические катера, ряд кораблей целеуказания.

Сегодня судостроительный завод способен решать задачи любой сложности.

Затем туристы пообедают в столовой «Приличная» и отправятся на экскурсию по Благовещенской ТЭЦ – крупнейшую тепловую электростанцию Амурской области, после чего следом они отправятся на экскурсию на фабрику Зея – один из наиболее популярных и любимых промышленных объектов г. Благовещенск, где им продемонстрируют возможности производства фабрики и расскажут о её истории³⁶. В кондитерской фабрике туристы увидят, как выполняется производство более ста видов кондитерских изделий. В бисквитном от-

³⁶ Кондитерская фабрика «Зея» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 23.10.2003. – URL: <https://www.uniconf.ru/factories/zeya> (дата обращения: 13.04.2022).

деле производится более сорока сортов печенья и вафель. Мармеладный цех продемонстрирует мармелад и зефир. Также туристам будет продемонстрирована визитная карточка фабрики – печенье «Благовещеное», «Зея»; вафли «Сказка»; конфеты: «Амурский ананасовый аромат», «Амурская школа», «Амурское птичье молоко». Затем туристы отправятся на ужин в кафе «ГОЛ», после чего их отвезут в гостиницу и затем у них будет свободное время, во время которого они смогут подробнее ознакомиться с г. Благовещенск.

На следующий день туристы с сопровождающим на автобусе отправляются в поселок городского типа – Талакан, а именно на Бурейскую ГЭС, где они сначала пообедуют в столовой при ГЭС и познакомятся с едой сотрудников ГЭС, а затем туристам проведут экскурсию по территории Гидроэлектростанции.

Бурейская ГЭС – гидроэлектростанция плотинного типа, являющаяся крупнейшей электростанцией на Дальнем Востоке Российской Федерации. Станция расположена на реке Бурей, у поселка Талакан Амурской области. Образованное плотиной ГЭС водохранилище площадью 750 км² расположено на территории двух субъектов РФ: Амурской области и Хабаровского края³⁷.

Бурейская ГЭС является верхней ступенью Бурейского каскада гидроэлектростанций, а также входит в десятку крупнейших по установленной мощности ГЭС России. В настоящее время станция находится в завершающей стадии строительства, сдача ее в постоянную промышленную эксплуатацию должна произойти в 2014 году. С 9 января 2008 года сооружения Бурейского гидроузла принадлежат энергетической компании ПАО «РусГидро» (ранее называлась ОАО «ГидроОГК»).

Гидроэлектростанция состоит из плотины, здания ГЭС, открытого распределительного устройства (ОРУ) и здания элегазового комплектного распределительного устройства (КРУЭ).

Затем у туристов будет свободное время для знакомства поселком городского типа Талакан, ужин в кафе «Харбин» и выезд обратно в г. Благовещенск. На следующий день произойдет выселение туристов с гостиница «Азия» с их

³⁷ Бурейская ГЭС. Общие сведения. ПАО «РусГидро» [Электронный ресурс] // Burges.rushydro.ru: офиц. сайт. – 28.06.2007. – URL: <http://www.burges.rushydro.ru/hpp/general> (дата обращения: 13.04.2022).

трансфером на ж/д вокзал г. Благовещенск.

Теперь рассмотрим второй вариант тура с экскурсией по Космодрому «Восточный».

Продолжительность: четыре дня.

Тип маршрута: радиальный.

Объекты, показанные во время маршрута: Судостроительный завод им. Октябрьской революции, Благовещенская ТЭЦ, Кондитерская фабрика «Зея», Бурейская ГЭС, Космодром «Восточный».

После завтрака в гостинице «Азия» на третий день поездки, туристы отправятся в поездку в ЗАТО Циолковский, где сначала отправятся на обед в кафе «Меркурий», после чего посетят музей космонавтики. Далее для туристов последует поездка на сам Космодром «Восточный», первый и единственный гражданский космодром на территории Российской Федерации. Космодром «Восточный» стал одним из самых амбициозных проектов России в XXI веке. На Дальнем Востоке в настоящий момент существует только одна платформа для запуска ракет-носителей «Союз-2» – это Космодром «Восточный». Также, активно строится вторая площадка – для новой ракеты «Ангара». Стартовый комплекс занимает площадь в 109 гектаров, на которой может быть построено более ста зданий и сооружений. В настоящее время ведутся работы по 17 зданиям и объектам. Для строительства стартового комплекса задействовано 1320 человек и 140 единиц техники, что соответствует запланированным показателям в соответствии с утвержденным графиком работ³⁸. После экскурсии по территории космодрома, туристы отправятся на ужин при гостинице «Восток», после чего последует возвращение в г. Благовещенск. На следующий день туристы выселятся с гостиницы, после чего последует трансфер на ж/д вокзал г. Благовещенск.

3.2 Программа и расчет тура

Для того, чтобы развивать и поддерживать внутренний и внешний туризм, туристическая стратегия должна преследовать двойную цель.

С одной стороны, требуется сохранение и укрепление уже достигнутых

³⁸ Космодром «Восточный»: общая информация [Электронный ресурс] // Roscosmos.ru: офиц. сайт. – 20.08.2004. – URL: <https://www.russian.space/138> (дата обращения: 13.04.2022).

позиций в традиционной туристической сфере. Для этого можно создать дополнительное предложение, которое реагирует на изменения потребительского спроса в уже созданном продукте. При этом следует отметить, что создание конкурентных преимуществ в туризме связано с ориентацией на прием иностранных и состоятельных российских туристов, чего можно достичь только при создании принципиально нового по содержанию туристического предложения, отличающегося ярким индивидуальным имиджем.

С другой стороны, разрабатывая новый туристический продукт, выходящий за рамки традиционной концепции туристического предложения, необходимо принимать во внимание многозначительные характерные черты района и значительную диверсификацию традиционного предложения, сочетая его с услугами, которые ранее не существовали в этом регионе. Далее мы разрабатываем новый туристический продукт «Амурский промышленник».

Промышленный тип туризма включает в себя поездки с образовательными и познавательными целями. Продолжительность экскурсии рассчитана на три дня без космодрома и на четыре дня с космодромом Восточный. Он предназначен для туристов в возрастной группе от 15 до 70 лет. Знания, полученные во время экскурсий, расширят кругозор туристов. Кроме того, эта поездка даст туристам прекрасную возможность познакомиться с промышленными масштабами и мощностями промышленных объектов Амурской области.

Продолжительность тура рассчитана на 3 дня и группу из 10 человек, помимо руководителя.

В стоимость тура входит:

- проживание в отеле (включая завтрак);
- вся экскурсионная программа;
- комфортабельный автобус;
- питание.

Таблица 6 – Программа тура «Амурский промышленник»

День	Время	Мероприятие	Примечание
1	2	3	4
1	08:30	Сбор группы в пункте прибытия (ж/д вокзал/автовокзал/аэропорт)	Знакомство с сопровождающим

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4
1	8:45	Трансфер в гостиницу «Азия»	Адрес: ул. Горького, 158
	09:00	Экскурсия по судостроительному заводу имени Октябрьской революции	Адрес: ул. Пушкина, 189
	10:30	Обед в столовой «Приличная»	Адрес: ул. Зейская, 182
	11:30	Экскурсия по Благовещенской ТЭЦ	Адрес: ул. Загородная, 177
	15:30	Экскурсия по Фабрике «Зея»	Адрес: ул. Ленина, 18
	17:30	Ужин в кафе ГОЛ	–
	19:30	Возвращение в гостиницу, свободное время	–
2	08:00	Завтрак в отеле	–
	09:00	Поездка до Бурейской ГЭС	–
	13:00	Обед в столовой при Бурейской ГЭС	Пгг. Талакан
	14:00	Экскурсия по Бурейской ГЭС	–
	16:30	Ужин в кафе «Харбин»	Адрес: ул. Комсомольская 55
	17:00	Возвращение в г. Благовещенск	–
3	20:30	Свободное время	–
	09:00	Завтрак в отеле	–
	10:30	Выселение из гостиницы «Азия»	–
	13:30	Трансфер на ж/д вокзале г. Благовещенск	–

Далее, представлен второй вариант тура:

Продолжительность тура рассчитана на 4 дня и группу из 10 человек, помимо руководителя.

В стоимость тура входит:

- проживание в отеле (включая завтрак);
- вся экскурсионная программа;
- комфортабельный автобус;
- питание.

Таблица 7 – Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту

День	Время	Мероприятие	Примечание
1	2	3	4
1	08:30	Сбор группы в пункте прибытия (Ж/Д Вокзал/Автовокзал/Аэропорт)	Знакомство с сопровождающим
	8:45	Трансфер в гостиницу «Азия»	Адрес: ул. Горького, 158
	09:00	Экскурсия по судостроительному заводу имени Октябрьской революции	Адрес: ул. Пушкина, 189
	10:30	Обед в столовой «Приличная»	Адрес: ул. Зейская, 182
	11:30	Экскурсия по Благовещенской ТЭЦ	Адрес: ул. Загородная, 177
	15:30	Экскурсия по Фабрике «Зея»	Адрес: ул. Ленина, 18
	17:30	Ужин в кафе ГОЛ	–
2	19:30	Возвращение в гостиницу, свободное время	–
	08:00	Завтрак в гостинице «Азия»	–

1	2	3	4
3	09:00	Поездка до Бурейской ГЭС	–
	13:00	Обед в столовой при Бурейской ГЭС	Пгт. Талакан
	14:00	Экскурсия по Бурейской ГЭС	–
	16:30	Ужин в кафе «Харбин»	Адрес: ул. Комсомольская 55
	17:00	Возвращение в г. Благовещенск	–
	08:00	Завтрак при гостинице «Азия»	–
	08:30	Поездка в ЗАТО Циолковский	–
	12:00	Обед в кафе «Меркурий»	Адрес: пер. А. Волошина, 4
	13:00	Посещение музея Космонавтики ЗАТО Циолковский	–
	15:00	Поездка на космодром «Восточный»	–
	15:30	Экскурсия по объектам космодрома	–
	18:30	Ужин при гостинице «Восток»	Адрес: ул. Сосновая, 227
	19:30	Возвращение в г. Благовещенск	–
4	09:00	Завтрак при гостинице «Азия»	–
	10:00	Трансфер на Ж/Д вокзале г. Благовещенск	–

Принятие управленческих решений туроператора основано на применении калькуляции, что означает исчисление себестоимости. В экономической литературе калькулирование определяется как система экономических расчетов себестоимости единицы отдельных видов продукции (работ, услуг).

В управленческом учете используются два термина: «долгосрочный нижний ценовой предел» и «краткосрочный нижний ценовой предел». Долгосрочный нижний ценовой предел указывает, какая минимальная цена может быть установлена для покрытия всех затрат компании на производство и продажу продукции. Краткосрочный нижний ценовой предел – это та цена, которая может покрывать только переменную часть затрат³⁹.

В настоящее время разработаны три метода ценообразования:

- ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции;
- ценообразование с ориентацией на спрос;
- ценообразование на основе издержек (затратный метод).

При ценах с акцентом на уровень конкурентов цены устанавливаются ниже рыночного уровня, на уровне рынка или выше рыночного уровня в зависимости от требований клиентов, предоставляемых услуг и фактической или

³⁹ Агешкина Н.А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учеб. пособ. М., 2021. С. 178.

предполагаемой реакции конкурентов.

Ценообразование, направленное на спрос, базируется на изучении желаний покупателей и определении цен, приемлемых для целевого рынка. Данный способ используется, когда цена является главным фактором при покупке покупателями турпродукта. При этом раскрывается ценовой предел – наибольшая сумма, которую потребитель готов заплатить за данную услугу.

Ценообразование на основе затрат основано на расчете общей стоимости турпродукта.

Калькулирование общей стоимости туристического продукта – это концепция учета, в которой все расходы распределяются между всеми видами турпродуктов. Данный метод позволяет получить представление обо всех затратах, которые несет организация при формировании и продаже единицы туристического продукта.

Этот метод основан на группировке затрат по методу включения видов услуг в стоимость.

Калькуляция – это документ, в котором рассчитывается и расходуется розничная цена турпродукта с использованием дорогостоящего метода ценообразования⁴⁰.

В зависимости от целей калькулирования различают⁴¹:

- плановую (нормативную) калькуляцию (составляется на плановый период на основе действующих на начало этого периода норм и смет);
- фактическую (отчетную) калькуляцию (отражает совокупность всех понесенных затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг);
- сметную калькуляцию (рассчитывается при проектировании новых видов продукции при отсутствии норм расхода).

Для калькулирования нового туристского продукта в сфере культурно-познавательного туризма наиболее подходящим является метод ценообразования на основе издержек (затратный метод). По цели же калькулирования будет использоваться плановая калькуляция.

⁴⁰ Дурович А.П. Организация туризма: учеб. пособ. Минск, 2020. С. 129.

⁴¹ Там же. С. 130.

Рассчитаем затраты на тур «Амурский промышленник».

Таблица 8 – Транспортные затраты

Наименование	Стоимость (руб.)/с чел.	Итого с группы (10 человек)/руб.
Аренда автобуса 1 ч. – 1000 руб. Арендуются на 19 часа	1900	19000
Итого расходы на транспортные затраты	1900	19000
Дополнительная экскурсия		
Аренда автобуса 1 ч. – 1000 руб. Арендуются на 28 часа	2800	28000
Итого расходы на транспортные затраты	2800	28000

Таблица 9 – Расходы на проживание

Наименование	Стоимость (руб.)/с чел.	Итого с группы (10 человек)/руб.
Проживание в гостинице «Азия», 4 ночи, 10 чел.	9000	90000
Итого расходы на проживание	9000	90000
Дополнительная экскурсия		
Проживание в гостинице «Азия», 4 ночи, 10 чел.	12000	120000
Итого расходы на проживание	12000	120000

Стоимость оплаты номера за сутки – 3000 рублей. За дни дня туристы заплатят 9000 рублей, за 4 дня 12000 рублей. Выселение будет происходить на утро третьего, либо четвертого дня проживания.

Таблица 10 – Расходы на питание

Наименование	Стоимость (руб.)/с чел.	Стоимость (руб.)/с туриста	Итого с группы (10 человек) + 1 гид/руб.
Обед в столовой «Приличная»	400	440	4400
Ужин в столовой при фабрике «Зея»	450	495	4950
Ужин в кафе «Мистер Пи»	600	660	6600
Ужин в кафе «Харбин»	450	495	4950
Итого расходы на питание	1900	2090	20900
Дополнительная экскурсия			
Обед в кафе «Меркурий»	450	495	4950
Итого расходы на питание	2350	2385	23850

Таблица 11 – Экскурсионная программа

Наименование	Стоимость (руб.)/с чел.	Итого с группы (10 человек)/руб.
1	2	3
Экскурсия по судостроительному заводу имени Октябрьской революции	400	4000
Экскурсия по Благовещенской ТЭЦ	-	-
Экскурсия по фабрике «Зея»	500	5500

Продолжение таблицы 11

1	2	3
Экскурсия по Бурейской ГЭС	3300	33300
Итого расходы на экскурсионную программу	4200	42000
Дополнительная экскурсия		
Космодром «Восточный»	5600	56000
Итого расходы на экскурсионную программу	9800	98000

Стоимость экскурсией варьируется от бесплатной до 9800 рублей с человека. Экскурсия на Благовещенску ТЭЦ является бесплатной. Благодаря сотрудничеству с объектами показа, сопровождающий находится на экскурсиях бесплатно.

Итого прямых затрат:

1900 руб. + 9000 + 440 руб. + 495 руб. + 660 руб. + 495 руб. + 400 руб. + 500 руб. + 3300 руб. = 17290 руб. с человека.

17290 руб. × 10 чел. = 172900 руб. с группы.

Косвенные расходы составляют 10 % от прямых затрат:

17290 руб. × 10 : 100 = 1729 руб. с человека.

1729 руб. × 10 чел. = 17290 руб. с группы.

Полная себестоимость это сумма прямых и косвенных расходов:

17290 руб. + 1729 руб. = 19019 руб. с человека.

19019 руб. × 10 чел. = 190190 руб. с группы.

Прибыль составляет 10 % от полной себестоимости:

19019 руб. × 10 : 100 = 1901 руб. с человека.

1901 руб. × 10 чел. = 19010 руб. с группы.

Налог на доходы составляет 20 % от прибыли:

1901 руб. × 20 : 100 = 380 руб. с человека.

380 руб. × 10 = 3800 руб. с группы.

Комиссионное вознаграждение турагенту 2 % от полной себестоимости:

19019 руб. × 2 : 100 = 380 руб. с человека.

380 руб. × 10 = 3800 руб. с группы.

Продажная цена включает полную себестоимость, прибыль и налог на прибыль и комиссионное вознаграждение:

19019 руб. + 1901 руб. + 380 руб. + 380 руб. = 21680 руб. с человека.

21680 руб. × 10 = 216800 руб. с группы.

Таблица 12 – Калькуляция на группу 10 человек по туру «Амурский промышленник»

Наименование калькуляционных статей	Показатели в стоимостном выражении, руб.			
	%	на 1 человека	на 1 туриста	на группу
Транспортные расходы	–	1900	1900	19000
Расходы на проживание	–	9000	9000	90000
Расходы на питание	–	1900	2090	20900
Расходы на экскурсионное обслуживание	–	4200	4200	42000
Итого прямых затрат	–	17290	17290	172900
Косвенные расходы	20	1729	1729	17290
Полная себестоимость	–	19019	19019	190190
Прибыль	10	1901	1901	19010
Налог	20	380	380	3800
Комиссионное вознаграждение турагенту	2	380	380	3800
Продажная цена	–	21680	21680	216800

Калькуляция для второго варианта экскурсии:

Итого прямых затрат:

2800 руб. + 12000 руб. + 440 руб. + 495 руб. + 660 руб. + 495 руб. + 495 руб. + 400 руб. + 500 руб. + 3300 руб. + 5600 руб. = 27185 руб. с человека.

27185 руб. × 10 чел. = 271850 руб. с группы.

Косвенные расходы составляют 10 % от прямых затрат:

27185 руб. × 10 : 100 = 2718 руб. с человека.

2718 руб. × 10 чел. = 27180 руб. с группы.

Полная себестоимость это сумма прямых и косвенных расходов:

27185 руб. + 2718 руб. = 29903 руб. с человека.

29903 руб. × 10 чел. = 299030 руб. с группы.

Прибыль составляет 10 % от полной себестоимости:

29903 руб. × 10 : 100 = 2990 руб. с человека.

2990 руб. × 10 чел. = 29900 руб. с группы.

Налог на доходы составляет 20 % от прибыли:

2990 руб. × 20 : 100 = 598 руб. с человека.

598 руб. × 10 = 5980 руб. с группы.

Комиссионное вознаграждение турагенту 2 % от полной себестоимости:

19019 руб. × 2 : 100 = 380 руб. с человека.

598 руб. × 10 = 5980 руб. с группы.

Продажная цена включает полную себестоимость, прибыль и налог на прибыль и комиссионное вознаграждение:

29903 руб. + 2990 руб. + 598 руб. + 598 руб. = 34089 руб. с человека.

34123 руб. × 10 = 340890 руб. с группы.

Таблица 13 – Калькуляция на группу 10 человек по туру, включая Космодром «Восточный»

Наименование калькуляционных статей	Показатели в стоимостном выражении, руб.			
	%	на 1 человека	на 1 туриста	на группу
Транспортные расходы	–	2800	2800	28000
Расходы на проживание	–	12000	12000	120000
Расходы на питание	–	2350	2385	23850
Расходы на экскурсионное обслуживание	–	9800	9800	98000
Итого прямых затрат	–	27185	27185	271850
Косвенные расходы	10	2718	2718	27180
Полная себестоимость	–	29903	29903	299030
Прибыль	10	2990	2990	29990
Налог	20	598	598	5980
Комиссионное вознаграждение турагенту	2	598	598	5980
Продажная цена	–	34089	34089	340890

Итак, делаем вывод, что данный туристический продукт будет востребован среди туристов. Как видно из проведенных расчетов, цена туристического продукта приемлема для людей со средним уровнем дохода и выше. Туристический продукт включает в себя все эти услуги и все затраты, а его потребительские характеристики отвечают потребностям туристов в новизне и привлекательности. Чтобы добиться роста промышленного туризма в России, необходимо обеспечить соответствующий уровень качества услуг, соответствующий международным стандартам, и сделать российский туризм конкурентоспособным.

3.3 Методы продвижения нового тура и возможные каналы сбыта

В современных условиях обязательной составляющей в туристическом рынке является реклама. При разработке нового туристического продукта необходимо качественно представить его потребителю и определить наиболее выгодный способ его продвижения. Реклама – это однонаправленная форма коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к объекту или субъекту рекламирования. Объект рекламирования – товар, сред-

ства индивидуализации юридического лица или товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Реклама туристических агентств ориентирована на потенциальных клиентов-туристов. В этом случае объектом рекламы станут туристы, совершающие поездку с целью отдыха.

Маркетинговое объявление или реклама способна содействовать стимулированию адаптации новейшего туристического продукта на рынке. Вследствие тому, что все больше людей получают информацию о турпродукте, продажи туристических компаний растут, тем самым увеличивая их прибыль. Главными целями рекламы считаются: вовлечение интереса к новейшему туристическому продукту, увеличение заинтересованности покупателей, а также повышение стремления покупателя осуществить покупку, что в окончательном результате приводит к воздействию – приобретению рекламируемого продукта⁴². Специально для тура «Амурский промышленник» был разработан логотип, который выглядит следующим образом:



Рисунок 23 – Логотип тура «Амурский промышленник»

Имеется несколько вариантов маркетинговых стратегий, стоит рассмотреть все существующие виды рекламы, чтобы определить наиболее подходящий вариант для тура «Амурский промышленник». Рассмотрим те виды рекламы, которые лучше всего подходят для продвижения тура «Амурский промышленник»:

1) реклама в прессе, например на сайте «Порт.Амур». Из-за особого вос-

⁴² Акша Р. Создание эффективной рекламы: практическое руководство по креативной деятельности. М., 2019. С. 46.

приятия информации СМИ играют особую роль в рекламной кампании туристической компании, чтобы принять решение посетить конкретное туристическое агентство. Реклама туристических товаров публикуется в виде модульных публикаций, поскольку они привлекают внимание и содержат подробное описание услуг компании, местоположение туристического агентства, а также цены на услуги. В статьях обычно говорится об основных отличительных особенностях предлагаемого туристического продукта и философии туристической компании;

2) печатная реклама представлена такими рекламными средствами, как:

– туристские фирменные каталоги, то есть печатные издание в переплете или обложке, содержащее систематическое представление о всей туристической программе, которое может быть использовано в качестве справочного материала;

– проспекты и брошюры - небольшого объема сброшюрованные или переплетенные печатные издания, посвященные рекламированию более узкого предложения туристских услуг (один или несколько туристских маршрутов, услуги отдельных предприятий);

– буклеты – малоформатные недорогие и экономичные издания, изготавливаемые большими тиражами и рассчитанные на кратковременное использование;

– плакаты – крупноформатные издания (в большинстве случаев с односторонней печатью), сопровождающиеся крупным рекламным заголовком-слоганом, образно и в сжатой форме отображающим основную идею рекламы;

– рекламные листовки – малоформатные издания, в которых текст и иллюстрации размещены на одном листке.

3) радио- и телереклама. Этот вид рекламы является самым массовым по охвату потенциальных потребителей:

– радиореклама. Она обеспечивает широкий охват и целевое обращение к определенной аудитории, сильно влияет на чувства и настроение людей и обладает особой эффективностью. В то же время у этого рекламного средства есть

серьезный недостаток: радиореклама не поддерживается визуальными образами, что ухудшает восприятие и запоминаемость рекламы;

– телереклама включает в себя совокупность изображений, цвета, звука и обеспечивает себе высокий уровень заинтересованности, а телевидение обеспечивает широкий охват, а также хорошую географическую и демографическую избирательность. Наиболее распространенными типами телевизионной рекламы являются: телевизионная реклама, телевизионные рекламные ролики и передачи, а также телевизионные рекламные ролики между передачами. Недостатками телевизионной рекламы являются: ее короткая и эпизодическая продолжительность и высокая стоимость, которые не позволяют большинству туристических компаний с их ограниченными финансовыми ресурсами активно использовать телевидение в своей рекламной деятельности.

4) интернет-реклама осуществляется путем предоставления информации на веб-сайте туристического агентства или путем размещения баннера на других веб-сайтах. В настоящее время этот вид рекламы используется сравнительно часто среди туристических агентств. Это направление необходимо развивать через турагентства и средства из бюджета, потому что благодаря доступности такая реклама может оказаться очень эффективной не только для России, но также и для других стран мира. Преимуществом и недостатком такого вида рекламы одновременно является почти постоянное количество потребителей в интернете. Также главное преимущество заключается в том, что реклама может быть постоянной практически в любой период времени, а затраты на размещение такой рекламы относительно невелики.

Ниже приведена таблица 14 с примером рекламирования тура «Амурский промышленник».

Таблица 14 – Медиаплан для тура «Амурский промышленник»

Наименование	Стоимость в день/единицы продукта	Количество дней/продукта	Стоимость всего
1	2	3	4
Амур Инфо, баннер	500 руб./день	31 день	15500 руб.
Порт Амур, статья	11000 руб./статья	1 статья	11000 руб.
Прокат ролика на АОРВ	7 руб./секунда	15 секунд, 7 дней	8000 руб.

Продолжение таблицы 14

1	2	3	4
Печатная продукция			
Визитная карточка	10 руб./штука	300 шт.	3000 руб.
Буклеты	7 руб./штука	100 шт.	2200 руб.
Итого:	39700 руб.		

Несмотря на то, что тур «Амурский промышленник» является всесезонным, данную рекламную компанию выгоднее всего выпускать в летний сезон, по той причине, что большее количество туристов захотят увидеть все объекты в теплую погоду, когда им не придется мерзнуть и ходить в куртках. Летом туристы наиболее интересуются в турах, т.к. многие люди в летний период берут отпуск и готовы изучать что-то новое и тур «Амурский промышленник» заинтересует их своими масштабами.

При изучении различных рекламных стратегий было установлено, что в этом случае было бы лучше всего использовать рекламу в СМИ, печатную рекламу и интернет-рекламу. Эти варианты не приводят к значительным затратам на рекламу, но в то же время они не менее эффективны, чем другие рекламные стратегии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Индустриальный туризм – как вид специального туризма, который заключается в посещении, созерцании или исследовании различных техногенно или антропогенно измененных территорий (ландшафтов), зданий и инженерных сооружений производственного или специального назначения, индустриальной архитектуры, а также любых оставленных сооружений, с целью получения психического и эстетического удовольствия, удовлетворения исследовательского, познавательного или профессионально-делового интереса, безусловно является перспективным направлением туристической деятельности на территории Российской Федерации в целом и на территории Амурской области в частности.

Основной поток потенциальных потребителей промышленных туров – туристы, главной целью которых является изучение и наслаждение информацией о промышленном туризме.

Было выделено, что для развития массового и регулярного организованного промышленного туризма в области необходимо:

- создание туристической инфраструктуры;
- превращение промышленных объектов в объекты экскурсионного показа и включение их в туристический пакет;
- координация интересов муниципальных властей, туристических фирм, предприятий и специалистов, которые могут предоставить информацию для экскурсий, входящих в туры;
- ослабление коронавирусных ограничений.

Таким образом, можно сказать, что развитие промышленного туризма может являться фактором повышения инвестиционной привлекательности региона, и не только в объекты туристской инфраструктуры, но и в развитие промышленности, что в свою очередь повысит доходы регионального бюджета, увеличит количество рабочих мест и стимулирует развитие всех видов промышленности, инфраструктуры и смежных направлений туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Агешкина, Н.А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учеб. пособ. / Н.А. Агешкина. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
- 2 Аигина, Е.В. Развитие промышленного туризма: понятия и примеры / Е.В. Аигина // Актуальные проблемы развития туризма. – 2019. – № 5. – С. 18-23.
- 3 Акша, Р. Создание эффективной рекламы: практическое руководство по креативной деятельности / Р. Акша. – М.: Вершина, 2019. – 272 с.
- 4 Биржаков, М.Б. Введение в туризм: учеб. / М.Б. Биржаков. – М.: Дом ГЕРДА, 2017. – 544 с.
- 5 Благовещенская ТЭЦ [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 18.01.2006. – Режим доступа: <https://www.dvgk.ru>. – 13.04.2022.
- 6 Богино, Н.И. Факторы формирования и развития промышленного туризма / Н.И. Богино // Беларусь в современном мире. – 2018. – № 4. – С. 240-241.
- 7 Бугорский, В.П. Организация туристской индустрии. Правовые основы: учеб. пособ. / В.П. Бугорский. – М.: Юрайт, 2021. – 165 с.
- 8 Бурейская ГЭС [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 28.06.2007. – Режим доступа: <http://www.burges.rushydro.ru>. – 13.04.2022.
- 9 Бурейская ГЭС. Общие сведения. ПАО «РусГидро» [Электронный ресурс] // [Burges.rushydro.ru](http://www.burges.rushydro.ru): офиц. сайт. – 28.06.2007. – Режим доступа: <http://www.burges.rushydro.ru/hpp/general>. – 13.04.2022.
- 10 Ведущие промышленные объекты Амурской области [Электронный ресурс] // [Leading-industry.ru](http://www.leading-industry.ru): офиц. сайт. – 12.12.2009. – Режим доступа: <http://www.leading-industry.ru/reestr.php?uid=80>. – 13.04.2022.
- 11 Визит Амур [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 19.12.2019. – Режим доступа: <https://visitamur.ru>. – 13.04.2022.
- 12 Головач, Э.П. Тенденции развития промышленного туризма в мире / Э.П. Головач, Е.Н. Хутова // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2018. – № 3. – С. 10-14.
- 13 Гузенко, А.А. Производственный туризм: российский и зарубежный

опыт / А.А. Гузенко, О.Н. Изюмова // Менеджмент и маркетинг в массовом спорте и туризме. – 2018. – № 2. – С. 21-23.

14 Дальневосточный Туристический Центр [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 23.05.2015. – Режим доступа: <https://amur-tour.ru>. – 13.04.2022.

15 Дурович, А.П. Организация туризма: учеб. пособ. / А.П. Дурович. – Минск: РИПО, 2020. – 295 с.

16 Зобова, Е.В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России / Е.В. Зобова, Л.А. Яковлева, О.А. Кацук // Проблемы развития национальной экономики на современном этапе. – 2018. – № 10. – С. 66-73.

17 Кадыров, Р.В. Промышленный туризм как новое направление туристской индустрии / Р.В. Кадыров, Х.С. Биктимирова, Р.Г. Мударисов // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства. – 2018. – № 11. – С. 45-49.

18 Кондитерская фабрика «Зея» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 23.10.2003. – Режим доступа: <https://www.uniconf.ru/factories/zeya>. – 13.04.2022.

19 Космодром «Восточный» Госкорпорация «Роскосмос» [Электронный ресурс] // Roscosmos.ru: офиц. сайт. – 20.08.2004. – Режим доступа: <https://www.roscosmos.ru/255>. – 13.04.2022.

20 Космодром «Восточный»: общая информация [Электронный ресурс] // Roscosmos.ru: офиц. сайт. – 20.08.2004. – Режим доступа: <https://www.russian.space/138>. – 13.04.2022.

21 Крицкая, О.А. Промышленный туризм в России: проблемы и перспективы развития / О.А. Крицкая, Л.Ю. Кренинг, Е.В. Кулагина // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы. – 2018. – № 9. – С. 159-161.

22 Кузьминов, А.Н. Теория организации промышленного туризма / А.Н. Кузьминов // Экономика. Менеджмент. Инновации. – 2018. – № 3. – С. 75-77.

23 Лебедева, Т.Е. Экономическое значение промышленного туризма для региона / Т.Е. Лебедева // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – № 4. – С. 1229-1237.

- 24 Матвеевская, А.С. Специальные виды туризма: учеб. пособ. / А.С. Матвеевская. – СПб.: СПбГУТиД, 2018. – 246 с.
- 25 Морозов, М.А. Экономика организации туризма: учеб. / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Юрайт, 2021. – 291 с.
- 26 Никулина, Ю.Н. Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты / Ю.Н. Никулина, С.В. Трусков // Российское предпринимательство. – 2017. – № 13. – С. 2062-2076.
- 27 Никулина, Ю.Н. Региональная политика в области развития промышленного туризма: содержание и направления реализации / Ю.Н. Никулина // Креативная экономика. – 2018. – № 5. – С. 683-700.
- 28 Новиков, В.С. Инновации в туризме: учеб. пособ. / В.С. Новиков. – М.: Академия, 2019. – 208 с.
- 29 Объекты промышленного туризма по субъектам РФ [Электронный ресурс] // Nbcrgs.org: офиц. сайт. – 07.04.2006. – Режим доступа: <https://nbcrgs.org/regions>. – 13.04.2022.
- 30 Полянина, С.С. Сущность промышленного туризма и его виды / С.С. Полянина, Л.В. Докашенко // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры. – 2019. – № 25. – С. 1773-1776.
- 31 Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Tourlib.net: офиц. сайт. – 21.05.2008. – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism. – 20.03.2022.
- 32 Промышленный туризм в России: потенциал развития на Дальнем Востоке [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46666814>. – 13.04.2022.
- 33 Промышленный туризм. Все о туризме – образовательный туристический портал [Электронный ресурс] // Tourlib.net: офиц. сайт. – 21.05.2008. – Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism. – 13.04.2022.
- 34 Промышленный туризм: перспективы и возможности развития в Амурской области [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45555333>. – 13.04.2022.

35 Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в России [Электронный ресурс] // Elibrary.ru: офиц. сайт. – 19.11.1999. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32732512>. – 13.04.2022.

36 Спутник Амур [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 02.06.2015. – Режим доступа: <https://sputnik-amur.ru>. – 13.04.2022.

37 Судостроительный завод имени Октябрьской революции [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 05.12.2013. – Режим доступа: <https://amurnelma.ru>. – 13.04.2022.

38 Туризм и промышленность [Электронный ресурс] // Rusotourism.ru: офиц. сайт. – 03.03.2010. – Режим доступа: <http://rusotourism.ru/promyshlennyj-turizm-v-rossii.html>. – 13.04.2022.

39 Туристическая фирма «Амур Турист» [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 29.07.2007. – Режим доступа: <https://www.amurturist.info>. – 13.04.2022.

40 Туроператор Пилигрим Плюс [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – 09.02.2009. – Режим доступа: <https://piligrim-plus.ru>. – 13.04.2022.

41 Экономика впечатлений [Электронный ресурс] // Alpinabook.ru: офиц. сайт. – 06.04.2009. – Режим доступа: <https://www.alpinabook.ru/catalog/book-391150>. – 13.04.2022.

42 Эксперты акселератора АСИ определили 16 лучших региональных стратегий по развитию промышленного туризма [Электронный ресурс] // Asi.ru: офиц. сайт. – 25.05.1998. – Режим доступа: <https://asi.ru/news/187410>. – 13.04.2022.