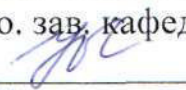


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра международного бизнеса и туризма
Направление подготовки 43.03.02 -Туризм
Направленность (профиль) образовательной программы:
Организация и предоставление туристских услуг

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

 В.В. Ульянова

«17» июня 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА


на тему: Промышленный туризм: синергия инвестиционных и экскурсионных проектов в Амурской области

Исполнитель
студент группы 034-об



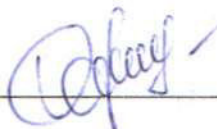
Ю.А. Авдеева

Руководитель
доцент



Е.А. Царевская

Нормоконтроль



О.В. Шпак

Благовещенск 2024


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


В.В. Ульянова

« 07 » марта 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе (проекту) студента

Авдеевой Юлии Александровны

1. Тема бакалаврской работы (проекта) Промышленный туризм: синергия инвестиционных и экскурсионных проектов в Амурской области

(утверждено приказом от 06.03.2024 N 632-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 10.06.2024 г.

3. Исходные данные к бакалаврской работе (проекту)

учебная литература, стат. материалы, интернет-источники

4. Содержание бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов): 1 Теоретические аспекты промышленного туризма ;2 Анализ развития промышленного туризма в Амурской области; 3 Разработка экскурсии и экономические обоснование туристического продукта «Амурский ГКХ – Газохимия в действии»

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) 16 таблицы, 32 рисунков, 28 источников, 7 приложений

6. Консультанты по бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) нет

7. Дата выдачи задания 07.03.2024 г.

Руководитель бакалаврской работы (проекта) Царевская Елена Александровна, доцент

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 7.03.2024 г.

 (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 76 с., 16 таблицы, 32 рисунков, 28 источников, 7 приложений.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ, ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ, ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ, СИНЕРГИЯ, СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ, КАЛЬКУЛЯЦИЯ, ЭКСКУРСИЯ

Целью работы является исследование синергии и доказание синергетического эффекта на примере нового промышленного экскурсионного маршрута.

Бакалаврская работа состоит из введения, 3-х глав, заключения и списка используемой литературы и приложения.

В первой главе изучены теоретические аспекты развития промышленного туризма и синергии.

Во второй главе проведён анализ состояния туризма, оценка потенциала развития промышленного туризма в Амурской области и опрос.

В третьей главе разработка промышленной экскурсии, для доказательства синергетического эффекта для сторон взаимодействия, и продвижение нового туристического продукта.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1 Теоретические аспекты промышленного туризма	8
1.1 Понятие, сущность и предпосылки для развития промышленного туризма в России и мире	8
1.2 Особенности организации промышленных экскурсий: взаимодействие промышленных предприятий и туристических фирм	15
1.3 Синергия в туризме: понятие, направления и возможности при реализации инвестиционных и туристических проектов	19
2 Анализ развития промышленного туризма в Амурской области	24
2.1 Анализ состояния туризма и туристических потоков в Амурской области	26
2.2 Анализ потенциала развития промышленного туризма в Амурской области: оценка по данным ООО «Дальневосточный туристического центра «Амур»»	29
2.3 Оценка готовности участников взаимодействия для развития промышленного туризма на территории Амурской области	36
2.4 Анализ спроса на промышленные экскурсии в Амурской области	41
3 Разработка экскурсии и экономическое обоснование туристического продукта «Амурский ГКХ – Газохимия в действии»	46
3.1 Разработка программы экскурсии и экономическое обоснование туристического продукта «Амурский ГКХ – Газохимия в действии»	46
3.2 Оценка синергетического эффекта на примере нового промышленного маршрута «Амурский ГКХ – Газохимия в действии»	54
3.3 Продвижение нового туристического продукта	57
Заключение	59
Библиографический список	61
Приложение А	64

Приложение Б	66
Приложение В	68
Приложение Г	71
Приложение Д	73
Приложение Е	75
Приложение Ж	76

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день развитие внутреннего туризма является ключевым в нашей стране.

Перспективным направлением для развития туризма в Амурской области является промышленный туризм (входит в стратегию развития туризма Амурской области). Область имеет достаточное количество промышленных ресурсов, чтобы на ее территории создавать промышленные экскурсионные маршруты.

Для Амурской области применение синергии для промышленных и туристических проектов особенно актуально, поскольку регион имеет хорошую промышленную базу для развития одноименного вида туризма и это даст толчок для развития промышленности, туризма и экономики Амурской области, но и всех заинтересованных сторон.

Объектом исследования является промышленный туризм Амурской области.

Предметом исследования является синергия инвестиционных и туристических проектов Амурской области.

Целью работы является исследование синергии и доказание синергетического эффекта на примере нового промышленного экскурсионного маршрута.

Задачами исследования являются:

- рассмотреть основные понятия промышленного туризма;
- рассмотреть мировой и отечественный опыт организации промышленных экскурсий;
- рассмотреть понятие синергия в туризме;
- особенности организации промышленных экскурсий;
- проанализировать современное состояние внутреннего и въездного туризма в Амурской области;
- рассмотреть потенциал развития промышленного туризма на территории Амурской области;

- провести анализ готовности к взаимодействию участников промышленного туризма;
- разработать новый экскурсионный маршрут и его продвижение;
- доказать синергетический эффект на примере нового турпродукта.

В первой главе рассмотрены теоретические аспекты промышленного туризма, отечественный и зарубежный опыт, особенности проведения промышленных экскурсий, а также рассмотрены теоретические аспекты понятия синергия, применяемые для туризма.

Во второй главе были проанализированы туристические потоки Амурской области, также дана оценка перспектив развития на ее территории промышленного туризма. Было проведено анкетирование для участников взаимодействия промышленного туризма, из которого была выявлена готовность стейкхолдеров к взаимодействию.

В третьей главе был создан новый промышленный экскурсионный маршрут, на основе которого был доказан синергетический эффект. Также разработано продвижение нового турпродукта.

Теоретическую и информационную базу курсовой работы составили труды отечественных и зарубежных ученых в области внутреннего туризма и промышленного туризма (Никулина, Ю. Н., Писаревский Е.Л., Кружалин В.И.), официальные документы: Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности (последняя редакция), государственные стандарты, федеральные и региональные законодательные акты; учебные пособия, периодическая экономическая литература, методические рекомендации, данные Интернет.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

1.1 Понятие, сущность и предпосылки для развития промышленного туризма в России и мире

Под туризмом следует понимать – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно – оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно – спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.¹

Рассматривая понятие, промышленный туризм стоит отметить, что официального понятия этого термина не существует. Авторами предлагаются разные трактовки понятия промышленный туризм, некоторые из них хотелось бы выделить, поскольку они отражают суть термина.

Индустриальный, он же промышленный, туризм – это посещение территорий и зданий производственного или специального назначения: заводов, карьеров, шахт – как действующих, так и заброшенных.²

Промышленный туризм – это вид туризма, который позволяет познакомиться с внутренним устройством различных отраслей промышленности.³

Промышленный туризм – это экскурсии на действующие промышленные предприятия.⁴

Исходя из множества представленных понятий, можно сформулировать общее понятие промышленного туризма.

Промышленный туризм – это вид туризма, в основу которого ложится экскурсия, посредством которой туристы посещают промышленные предприятия.

первичная¹ – Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 28.05.2022) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

первичная² – Сайт 20 мест в России для любителей промышленного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://travel.mts.ru/media/top/20-mest-v-rossii-dlyalyubitelejindustrialnogoturizma?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F – 22.11.2023

первичная³ – Промышленный туризм: простое объяснение [Электронный ресурс]: офиц.сайт. – Режим доступа: <https://chemodansobran.ru/promyshlennyj-turizm/> – 22.11.2023

первичная⁴ – Промышленный туризм: проблемы и тенденции развития [Электронный ресурс]: офиц.сайт – Режим доступа : <https://infopedia.su/30x19ab5.html> – 22.11.2023

тия производственного или стратегически важного назначения, знакомятся с территорией, зданиями и процессом работы действующих объектов промышленности, а также уже не действующих.

Предпосылки для развития промышленно туризма:

– популяризация промышленных территорий, которые раньше не вызывали интереса у туристов, это привело к поиску стратегий по реализации этих территорий в туризме;

– туризм, как отрасль экономики, в последние годы получил огромный толчок в развитии, тем самым начали развивать все новые и новые виды туризма;

– на данный момент, можно отметить, что люди стремятся познать что-то новое, а не только предпочитают рекреационный туризм, тем самым появляются необычные виды туризма;

– инвестирование в создание и расширение промышленных объектов, что влечет за собой синергетический эффект для экономики.

Функции промышленного туризма: продвижение конечной продукции или, если посетители не являются ее прямыми потребителями, самой компании, образовательная, познавательная, удовлетворение потребностей в смене впечатлений.

К объектам промышленного туризма можно отнести следующие группы объектов:

– действующие промышленные объекты: заводы, фабрики, карьеры, шахты, ГЭС, ТЭЦ, космодромы;

– недействующие (музеефицированные) промышленные объекты.

Перейдем к видам промышленного туризма. Прежде всего, стоит отметить, видов промышленного туризма существует большое количество, классификация зависит от степени активности туриста; характера, посещаемого объекта; цели туриста.

Ниже предложены варианты классификации промышленного туризма по различным критериям.

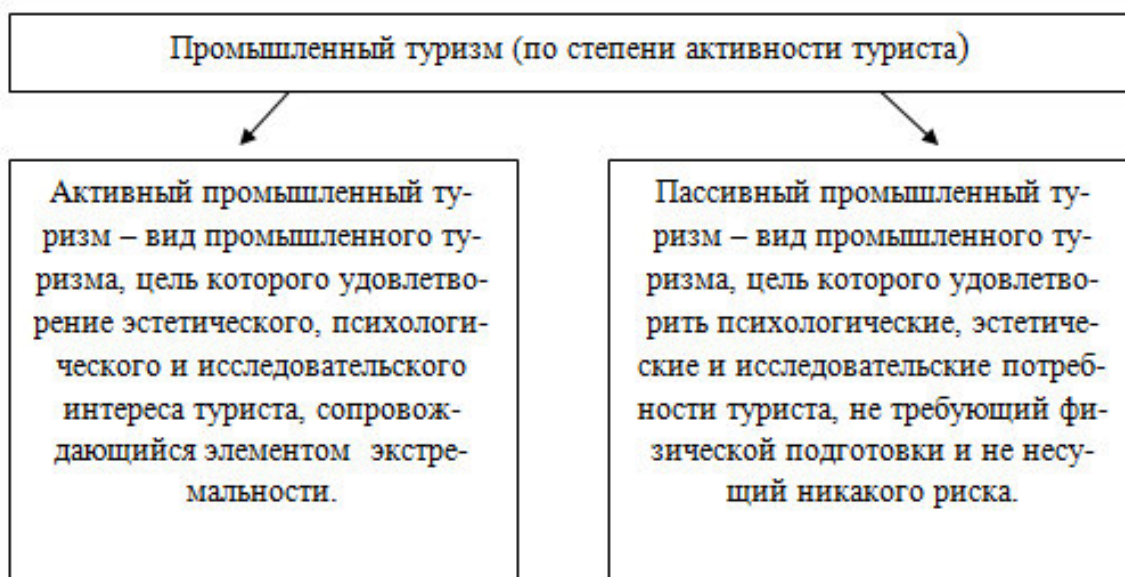


Рисунок 1 – Промышленный туризм (по степени активности туриста)

Из этой схемы можно сделать вывод о том, что по степени активности промышленный туризм делится на две группы – активный и пассивный. Такая классификация наблюдается почти во всех видах туризма, только в этом случае один из видов является специфическим, поскольку сопровождается экстримом. Также к этой схеме можно добавить то, что активный туризм чаще всего является неорганизованным и чаще всего незаконным, а пассивный вид в свою очередь чаще всего организованный.



Рисунок 2 – Промышленный туризм (по характеру посещаемого объекта)

Анализируя эту схему, можно сделать вывод, что промышленный туризм по характеру, посещаемых объектов делится на три группы. К производственным предприятиям относятся заводы, фабрики по изготовлению какой-либо продукции. К предприятиям по переработке относятся, например, переработка сельскохозяйственной продукции. Смешанные предприятия включают в себя производство и переработку.

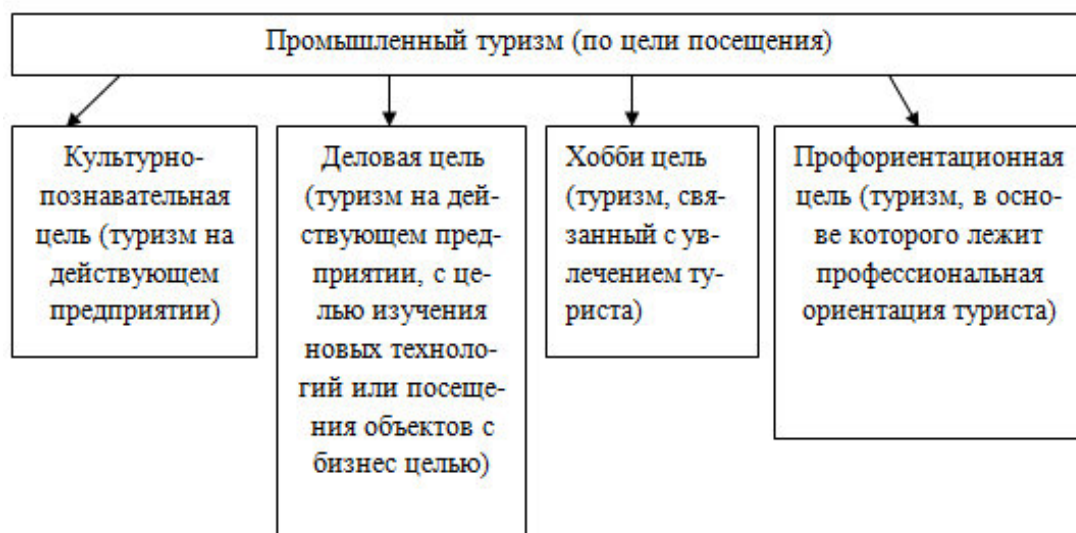


Рисунок 3 – Промышленный туризм (по цели посещения)

Делая вывод по этой схеме, можно сказать, что промтуризм по целям посещения туриста, делится на 4 вида.

Анализируя все вышесказанное, можно сделать вывод о том, что сейчас существует множество предпосылок для развития внутреннего туризма. Также анализируя предложенные классификации видов промышленного туризма можно сказать, что на данный момент промышленный туризм развивается и у туристов всегда есть выбор по интересам и потребностям, которые они хотят удовлетворить во время промышленных экскурсий и туров.

Говоря о Российском и мировом опыте становления и развития промышленного туризма, можно сказать, что промышленный туризм в мире хорошо известен. Около 20 лет назад в разных странах мира начался подъем промышленного туризма. В настоящее время лидирующими являются Франция, Германия, Англия, США.

Таблица 1 – Опыт проведения промышленных экскурсий в зарубежных странах

Страна	Популярные объекты промышленного показа	Число посетителей, тыс. в год	Особенности организации
Франция	Приливная электростанция в Рансе	300	Посетители могут побывать в чреве плотины – гигантском машинном отделении длиной 300 метров, по которому сотрудники перемещаются на велосипедах

Страна	Популярные объекты промышленного показа	Число посетителей, тыс. в год	Особенности организации
Франция	Компании Airbus в Тузуле	200	Туристов приглашают на экскурсию в гигантские ангары и предлагают выбрать один из маршрутов строительства самолетов
	Фармацевтический завод Sanofi-Aventis в Романвиле	300	Полностью показан процесс создания инсулина
	Горнодобывающий центр Левард	200	Шахты полностью открыты для посещения туристам
Англия	Завод Bentley в Кру	6	Участие в этой экскурсии могут принимать только владельцы Bentley и члены их семей.
	Завод Land Rove в Халевуде	7	Участие в демонстрации всех возможностей автомобиля
	Шоколадная фабрика Кэдберри в Бирмингеме	400	На заводе расположено 14 развлекательных зон, которые внедряются в экскурсию для детей
	Чеддер — «сырная деревня»	10	Туристы видят все стадии создания сыра
Япония	Завод Toyota	300	Полный процесс создания автомобиля
США	Ben & Jerry's,	170	Туристы видят процесс создания мороженого и дегустируют его
	Космодром мыс Канаверал	3000	Экскурсия по музею космодрома под открытым небом
Германия	Завод Volkswagen	200	Продемонстрирован процесс создания автомобиля

Делая выводы по таблице, можно сказать, что в приведенных странах хорошо развит промышленный туризм. Множество туристов посещают промышленные экскурсии. Также стоит отметить то, что на каждом предприятии есть особенности в организации экскурсии, поскольку каждое предприятие создает всегда интерактивность во время проведения экскурсии.

Говоря о России, можно сказать, что пока промышленный туризм в нашей стране это экзотика. Не многие предприятия решаются организовывать экскурсии, в свою очередь и не все туристы готовы провести свой отдых именно так. Но все же, по данным Ассоциации туроператоров (АТОР), за минувший год общий турпоток внутри России увеличился на семь процентов. И речь идет не только о пляжном отдыхе и популярных направлениях. Все больше туристов готовы выбирать нестандартные маршруты и программы. В частности, в последнее время набирает популярность такая туристическая новинка, как промышленный туризм.⁵

На данный момент, по версии Всероссийской туристской премии Russian Travel Awards 2022 года в номинации «Территория промышленного туризма», были выделены такие субъекты Российской Федерации как: Пермский край (кондитерская фабрика Пермская), Ростовская область (завод «Ростсельмаш» в Ростове и таганрогские «Тагмет» и «Лемакс»), Республика Дагестан (Чиркейскую ГЭС), Амурская область (Космодром Восточный) и Калужская область (Михайловское железорудное месторождение).

Таблица 2 – Популярные объекты промышленных экскурсий в России

Название предприятия	Особенность организации экскурсий
Фабрика тульских пряников (г. Тула)	Туристы видят процесс производства и дегустация пряников
Саяно-Шушенская ГЭС (Хакасия)	Полностью продемонстрирован процесс работы ГЭС
Чиркейская ГЭС (Дагестан)	Полностью продемонстрирован процесс работы ГЭС
Курская АЭС (Курск)	Делается акцент на экологию, а также автоматизацию процессов.
ЕВРАЗ дивизион "Урал" (Нижнетагильский металлургический комбинат и Качканарский ГОК) (Нижний Тагил)	Процесс выплавки металла
Путиловская верфь (Санкт-Петербург)	История судостроительного дела, с показом процесса строительства кораблей
Космодром Восточный (Циолковский)	Демонстрация сбора ракет, стартового стола и история космодрома
Завод бриллиантов "Кристалл" (Смоленск)	Процесс превращения алмаза в бриллиант, камни можно подержать в руках
Завод "АвтоВАЗ" (Тольятти)	Музей с демонстрацией раритетных авто, запчастей, инструментов и история завода

первичная⁵ – Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/> –30.11.2023

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что в России на данный момент уже существуют предприятия, на которых хорошо развиты промышленные экскурсии, в разных сферах промышленности. Каждое предприятие старается показать процессы, происходящие внутри, но мало кто пользуется интерактивом в проведении экскурсий.

В России у множества регионов есть огромный потенциал для развития промышленного туризма, поскольку субъекты обладают нужными ресурсами для этого. Также на данный момент в РФ создается множество мер поддержки промышленного туризма, одни из примеров, АСИ «Промышленного туризма», которое помогает регионам проводить безопасные, интересные и познавательные экскурсии на промышленные предприятия.

Также сейчас существуют туристические премии по промышленному туризму, посредством которых повышается интерес не только к предприятиям-финалистам, но и к региону в целом. Всевозможные выставки и премии являются стимулом к развитию промышленных экскурсий в регионах.

Таблица 3 – Сравнение опыта проведения экскурсий зарубежом и в России

Мировой опыт	Российский опыт
Основные промышленные предприятия показа расположены не далеко от городов	Многие предприятия удалены от крупных городов
Выборка предприятий для показа осуществляется по известности бренда	Выборка предприятий для показа осуществляется по масштабности
Использование интерактивности в проведении экскурсий	Интерактивность используется редко

Из таблицы можно сделать вывод о том, что зарубежом организации промышленных экскурсий на предприятия развиты немного лучше, чем в России, поскольку и расстояние до объектов чаще меньше, и использование интерактивных развлечений в экскурсиях, заставляет туриста не только посмотреть на процессы, но и быть полностью вовлеченным и быть причастным к нему. Также стоит отметить то, что Россия только начала свое становление на промыш-

ленной туристической нише, и на данный момент пытаются найти нужный подход к туристам.

1.2 Особенности организации промышленных экскурсий: взаимодействие промышленных предприятий и туристических фирм

На данный момент, основной формой промышленного туризма является промышленная экскурсия, то есть посещения определенных объектов, таких как фабрики, заводы, комбинаты и т.д. по заранее разработанному маршруту со специальным руководителем – экскурсоводом.

Виды промышленных экскурсий:

– экскурсии для школьников (организация такого вида экскурсий, заключается в ознакомлении организованных групп школьников с промышленным предприятием; цели такого вида экскурсий, прежде всего учебные, общепознавательные и проориентационные);

– профессиональные экскурсии (организация данного вида экскурсий заключается в ознакомлении с инновациями, глубоким процессом и особенностями производства, а также получение опыта и поиска бизнес партнеров и объекта инвестирования, для бизнесменов и специалистов отрасли промышленного предприятия);

– сборные экскурсии (вид экскурсии для смешанной группы экскурсантов с познавательными целями).

Функции промышленной экскурсии:

1. Информационная функция. Экскурсия входит в состав туристского информационного ресурса, так как содержит информацию о материальных объектах региона, городах, предприятиях, продукции, технологическом процессе;

2. Культурно-познавательная – одна из основных функций экскурсии. Экскурсовод владеет информацией и может передать ее в интересной, доступной для туристов форме. Соответственно, экскурсия расширяет технический, кругозор;

3. Образовательная функция. Экскурсия оживляет, усиливает познавательный процесс, делая его ярким, интересным, наглядным и запоминающимся;

4. Воспитательная функция. Экскурсовод дает рекомендации, организационные указания и инструктаж по технике безопасности, формируя у ее участников определенные правила поведения во время посещения предприятия;

5. Коммуникативная функция. Экскурсия — это форма общения людей, в ходе которой формируется общность взглядов, мнений, чувств, настроений и мыслей и достигается взаимопонимание;

6. Рекреационная, развлекательно-досуговая функция. Экскурсия – это способ проведения досуга, свободного от работы времени. Она удовлетворяет познавательные и развлекательные потребности человека, поэтому, несмотря на всю серьезность производственного процесса про эту функции экскурсии забывать не стоит.

Главная цель производственных экскурсий – расширение знаний в той или иной отрасли. Производственные экскурсии помогают уяснить сущность различных профессии, познакомиться с научными основами производственного процесса, его технологией и терминами.

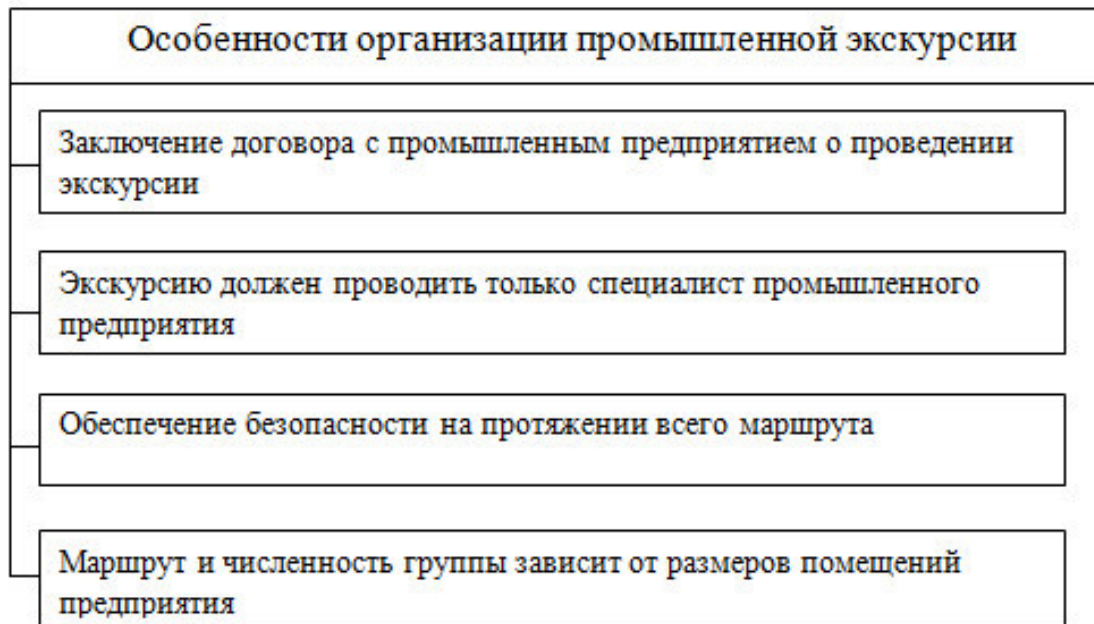


Рисунок 4 – Особенности организации промышленной экскурсии

Анализируя данную схему, можно сделать вывод о том, что для организации обязательно нужен договор с предприятием; лучше, чтобы экскурсию проводил сотрудник предприятия, поскольку он владеет знаниями о специфике работы на предприятии; также должна быть обеспечена безопасность туристов

на маршруте, от этого зависит не только жизнь экскурсантов, но и репутация предприятия; и прежде всего, нужно опираться на размеры внутренних помещений, поэтому число туристов может быть ограничено.

Длительность экскурсий зависит от масштабов предприятия, но в среднем такая экскурсия занимает около 2 часов.

Также можно выделить распространенную, но не всегда используемую особенность – дегустация на пищевых промышленных предприятиях, сувенирная продукция предприятия, т.е. взаимодействие с готовой продукцией промышленного объекта.

Стоит отметить, что промышленные (производственные) экскурсии являются эффективным инструментом развития экономики, так как выгодны всем вовлеченным сторонам, тут и создается синергетический эффект, о котором было сказано выше, т.е. мы получаем двойной эффект для экономики региона, работает промышленность и туризм. Для предприятий открытие производства для публичного осмотра это маркетинговый ход, направленный на обеспечение лояльности потребителей и поддержку брендов. Для туристов это способ удовлетворения познавательного, эстетического и прагматического интересов. Для власти производственный туризм – это инструмент пропаганды патриотизма и статья налоговых поступлений в бюджет.⁶

Говоря о взаимодействии промышленных предприятий и предприятий туризма, стоит рассмотреть, как они связаны:

1. Прямое взаимодействие (взаимодействие происходит напрямую между турфирмой и промышленным предприятием);

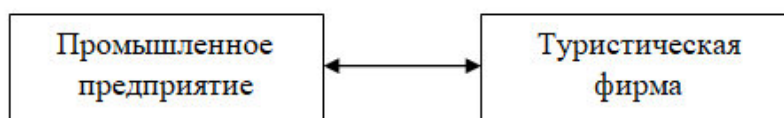


Рисунок 5 – Взаимодействие промышленных предприятий и предприятий туризма

⁶ –Докашенко, Л. В. Промышленный туризм как эффективный инструмент развития экономики региона / Л.В. Докашенко. – Оренбург: ИПК Университет, 2013. –222 с.

2. Посредническое взаимодействие (взаимодействие с турфирмой происходит через представителей отдела по туризму на промышленном предприятии);



Рисунок 6 – Взаимодействие промышленных предприятий и предприятий туризма (через туристический отдел)

3. Косвенное (через третьих лиц) взаимодействие (например, взаимодействие через орган государственного управления).



Рисунок 7 – Взаимодействие промышленных предприятий и предприятий туризма (через третьих лиц)

Из Рисунков 5, 6, 7 можно понять, что при взаимодействии может быть как два лица участника, так и три. Также стоит отметить, что взаимодействие промышленных предприятий и предприятий туризма может происходить через третьих лиц, чаще всего представленными государственными органами.

Исходя из точек взаимодействия предприятий туризма и промышленности, можно сформировать экосистему развития промышленного туризма.



Рисунок 8 – Экосистема развития промышленного туризма

Делая вывод по сказанному ранее, можно сказать, что существуют разные виды промышленных экскурсий, в зависимости от цели посещения. Также стоит отметить, что имеются особенности в организации таких экскурсий, которые могут препятствовать их проведению. Но при этом промышленные экскурсии дают толчок для развития экономики страны. Также были рассмотрены основные точки взаимодействия сторон в промышленном туризме, что создает наглядную картину о представлении промышленного туризма.

1.3 Синергия в туризме: понятие, направления и возможности при реализации инвестиционных и туристических проектов

Синергия – усиливающий эффект взаимодействия двух или более факторов, характеризующийся тем, что совместное действие этих факторов существенно превосходит простую сумму действий каждого из указанных факторов, эмерджентность.⁷

Суть закона синергии сводится к следующему: сумма свойств организованного целого не равна арифметической сумме свойств каждого из его элементов в отдельности. При хорошей организованности системы сумма свойств системы должна превышать сумму свойств ее компонентов, а при плохой – эффективность функционирования системы будет ниже суммарной эффективности её компонентов.⁸

первичная⁷ - Инфоурок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/statya-sinergiya-turisticheskogo-biznesa-5560846.html> – 07.03.2024

первичная⁸ - Инфоурок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/statya-sinergiya-turisticheskogo-biznesa-5560846.html> – 07.03.2024

Синергический эффект - это результат синергии предприятий.

Все эти понятия применимы и к промышленному туризму, т.е. при взаимодействии предприятий туризма и предприятий промышленности по любой из видов схем (Рисунок 5,6,7) происходит синергизм, а за ним следует синергический эффект, который является результатом объединения, а именно, усиливает совместное действие факторов взаимодействия.

Залогом развития в регионе промышленного туризма является активное взаимодействие между основными стейкхолдерами (это физическое или юридическое лицо, которое прямо или косвенно влияет на рабочую деятельность предприятия или ожидает определенные результаты от нее) предприятия развития промышленного туризма. Такими стейкхолдерами являются: туристические фирмы, промышленные предприятия, региональные органы исполнительной власти, учебные заведения.

Таблица 4 – Роль стейкхолдеров в развитии промышленного туризма

Стейкхолдер	Роль
Региональные органы исполнительной власти	<ol style="list-style-type: none">1. Формулирование и выделение ключевых задач и направлений развития индустриального туризма на территории региона;2. Организация и проведение научных исследований, проведение опросов и сбор данных для анализа в сфере индустриального туризма;3. Составление каталога компаний региона, отражающего промышленные, экономические, кадровые, туристические, инновационные и инвестиционные возможности региона, а также взаимодействие с этими компаниями с целью реализации проектов индустриального туризма;4. Организация коллективного управленческого органа: создание регионального совета или рабочей группы, отвечающей за развитие индустриального туризма;5. Запуск образовательной программы для подготовки специалистов в области индустриального туризма. по промышленному туризму для всех заинтересованных участников;6. Продвижение промышленного туризма и популяризация предприятий, открытых для посещения.7. Интеграция промышленных предприятий в систему профориентации;

Стейкхолдер	Роль
	<p>8. Стимулирование включения промышленных предприятий в региональные туристические маршруты;</p> <p>9. Формирование и внедрение региональных нормативно-правовых актов, закрепляющих значение промышленного туризма и формирование региональных мер поддержки промышленного туризма;</p> <p>10. Осуществление межрегионального сотрудничества в плане промышленного туризма.</p>
Туристические предприятия	<p>1. Участие в создании/экспертизе экскурсий на промышленные предприятия;</p> <p>2. Разработка и упаковка тематических туристических маршрутов по региону с посещением промышленных предприятий;</p> <p>3. Продвижение созданных маршрутов, упаковка и реализация туристического продукта;</p> <p>4. Формирование программ с посещением промышленных предприятий для бизнес-туристов (организация бизнесмиссий, байерских и отраслевых программ по обмену опытом);</p> <p>5. Формирование и реализация программ для школьников (познавательных и профориентационных);</p> <p>6. Интеграция регионального продукта в межрегиональные и национальные промышленные маршруты.</p>
Учебные заведения	<p>1. Проведение опросов, сбор аналитики;</p> <p>2. Привлечение студентов к проектированию экскурсий и туристических маршрутов;</p> <p>3. Экспертиза экскурсий и маршрутов, рассчитанных на детскую и молодежную аудиторию, проводимая студентами;</p> <p>4. Проведение совместно с предприятиями Открытых дней региона для абитуриентов, включающих в учебную программу знакомство с вузами, предприятиями и городской средой.</p>
Промышленные предприятия	<p>1. Обеспечение инвестиционной привлекательности для региона;</p> <p>2. Популяризация бренда предприятия и региона;</p> <p>3. Посредством экскурсий осуществлять профориентационные мероприятия со школьниками и студентами.</p>

Анализируя полученные данные в таблице можно сказать о том, что роль каждого участника важна в развитии промышленного туризма. Но большую и самую значимую роль берут на себя органы исполнительной власти, поскольку именно законодательство, изменения и усовершенствование в нем проводят к большим результатам при синергии в промышленном туризме.

Далее хотелось бы подробнее обратить внимание на именно министерства, поскольку именно они проводят государственную политику и поддерживают туристический бизнес и промышленность.



Рисунок 9 – Меры поддержки министерствами в сфере промышленного туризма

Данная схема показывает два основных органы исполнительной власти, взаимодействие которых для промышленного туризма очень важно для развития внутреннего туризма. Каждая из представленных на Рисунке 8 мер под-

держки, стимулирует регионы к развитию промышленного туризма, изменениями в инфраструктуре и увеличению турпотока.

Говоря о главных стейкхолдерах, их наибольшее взаимодействие представлено в акселераторе (комплексная программа, которая предполагает использование нескольких ресурсов с одной целью: создание условий для роста компании с темпами, существенно опережающими ее естественное развитие)⁹ по промышленному туризму, созданному агентством стратегических инициатив (АСИ) при поддержке Минпромторга России.

Концепция акселератора это взаимодействие между тремя главными стейкхолдерами (туристические фирмы, промышленные предприятия, региональные органы исполнительной власти) и дополняет их учебные заведения, которые при взаимодействии между собой создают качественные промышленные экскурсии, на основе ими же составленной методологии. . Внедрение методологии обеспечивает взаимовыгодное сотрудничество всем вовлеченным сторонам. А также позволяет развиваться активнее промышленному туризму в регионе.

Цель акселератора – создание практико-ориентированных инструментов для федеральной системы профориентации, направленных на укрепление имиджа устойчивой промышленности, формирование положительного имиджа российских предприятий как современного работодателя, создание сильных региональных команд, которые смогут не только формировать качественные востребованные турпродукты, но и станут операторами по приему на своей территории.¹⁰

Из всех взаимодействий в акселераторе для каждого представителя существуют преимущества.

первичная⁹ – Что такое акселератор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/education/931647-cto-takoe-akselerator-i-chem-on-otlichaetsya-ot-biznes-akseleratora-ili-obuchayushchey-programmy> – 09.04.2024

первичная¹⁰ – АСИ, Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации версия 2.0 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ryazantourism.ru/assets/files/07-2022-metodologia_final_elektronnaya-versiya_compressed.pdf?ysclid=lwzse5ph7o161852785

Таблица 5 – Преимущества развития промышленного туризма для участников взаимодействия в акселераторе

Участники промышленного туризма	Преимущества развития промышленного туризма
Для региона	<ul style="list-style-type: none"> – укрепление позиций региона как на национальном, так и на международном уровне; – создание благоприятного образа и привлекательности для инвесторов; – стимулирование и развитие местных брендов; – показ успешных бизнес-проектов как примера; – повышение экспортных возможностей компаний региона; – поддержка и рост малого и среднего бизнеса; – обеспечение дополнительных доходов бюджета от реализации продукции и услуг; – информационное сопровождение для учащихся и студентов; – стимулирование делового и международного туризма через обмен опытом; – привлечение квалифицированных специалистов; – повышение уровня развития туристической индустрии; – создание предпосылок для зарождения новых направлений в несырьевом экспорте.
Для туристических предприятий	<ul style="list-style-type: none"> – обеспечение финансового благополучия; – разработка и внедрение новых востребованных туристических предложений; – способствование увеличению численности туристов в регионе; – развитие и обогащение ассортимента туристических услуг;– создание новых рабочих мест.
Для промышленных предприятий	<ul style="list-style-type: none"> – укрепление репутации компании в регионе, на национальном и международном уровнях; – выход продукции на рынок; – формирование доверия к продукции, товарам и услугам среди потребителей; – профессиональная ориентация учащихся и студентов; – усиление конкурентоспособности как услуг, так и компании в целом; – повышение инвестиционной привлекательности; – создание позитивного имиджа в социальных сетях и сети интернет.
Туристы	<ul style="list-style-type: none"> – изучение истории, экономического и промышленного наследия региона, а также технологий; – обмен опытом, изучение и распространение инновационных технологий; – вдохновение у школьников и студентов профессиональных устремлений; – расширение горизонтов и общение с единомышленниками

Исходя из данных таблицы, можно сказать о том что, при вступлении в акселератор все участники получают преимущества, это и показывает синергетический эффект от взаимодействия всех сторон.

Делая заключение по всей главе, можно отметить то, что на данный момент не существует точного понятия промышленный туризм и его точной классификации. Также развитие промышленного туризма установилось ранее в мире, а не в России, но при этом на данном этапе промышленный туризм в РФ имеет огромный потенциал в своем развитии. Оценивая особенности проведения промышленных экскурсий, стоит отметить, что это непростой процесс организации, поскольку многое зависит от размеров помещений посещения, от экскурсовода на предприятии и интерактивности в экскурсиях. Также на основе оценки организации экскурсий были составлены схемы взаимодействия предприятий промышленности и туристических фирм. А в последующем дано теоретическое обоснование синергии, были рассмотрены участники этого процесса, а также их роль и преимущества, вытекающие из их взаимодействия. Также были рассмотрены основные меры поддержки государством развития промышленного туризма.

2 АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В АМУРСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Анализ состояния туризма и туристических потоков в Амурской области

Развитие туризма – важная составляющая экономической стратегии России. Основные цели улучшения этой сферы на долгосрочной основе определены в Стратегии развития туризма в России до 2035 года, которая начала действовать в 2020 году. Несмотря на трудности, с которыми столкнулась индустрия в начале 2020 года из-за пандемии COVID-19, перспективы развития отрасли остаются неизменными.

Амурская область имеет огромный потенциал для развития внутреннего и въездного туризма. Природное, культурное и историческое разнообразие Амурской области позволяет развивать практически все виды туризма: рекреационный, культурный, образовательный, деловой, промышленный, экологический и другие.

Для того, чтобы понять насколько развит туризм в Амурской области, рассчитаем туристские потоки за последние 10 лет.

Таблица 6 – Цепной темп роста въездного, выездного и внутреннего турпотока, в % к итогу

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выездной	74,4	95,5	85,6	55,0	107,3	129,8	102,3	25,1	95,1	127,9
Въездной	136,1	132,8	134,5	103,3	145,7	89,4	99,7	1,3	–	–
Внутренний	126,0	90,8	88,5	119,8	98,1	86,3	101,1	118,6	183,1	93,2

Делая анализ по таблице, можно сказать, что динамика выездного турпотока из Амурской области с 2013-2016 год росла, это можно объяснить интересом амурских туристов к Китаю и странам Азии, а также популярностью таких направлений как Египет, Тайланд и другие. В 2016 году в выездном турпотоке зафиксированы низкие темпы роста (55%), это связано с запретом российским

гражданам выезжать в Турцию из-за террористических актов в данной стране. С 2017-2019 год наблюдались самые высокие темпы роста за весь рассмотренный период, это обусловлено интересом туристов к Китаю и безвизовому режиму с ним. 2020 год отметился самыми низкими темпами роста, это связано с распространением коронавирусной инфекции COVID-19. С 2021-2022 год мы видим наращивание темпов роста в выездном тур потоке, поскольку многие страны начали открывать своих границы после пандемии и с упрощением карантинных норм в зарубежных странах.

Что касается въездного турпотока в Амурскую область, самый высокий показатель зафиксирован в 2017 году, это обусловлено пуском ракеты с космодрома Восточный, открытием завода СОЯ «АНК» и международным матчем между Россией и Китаем, что привлекло множество туристов. Также один из высоких показателей отмечается в 2013 году, это связано с тем, что 2013 год был объявлен годом китайского туризма в России. А наименьший был в 2020 году, также при въездном туризме и составил 1,3%, это обусловлено начавшейся пандемией и закрытием границ. В 2018 году показатель составил 89,4% , поскольку интерес приезжающих туристов был направлен к чемпионату мира по футболу, проходящему в центральной части России, поэтому турпоток в Амурскую область снизился.

Рассматривая внутренний турпоток самый высокий показатель наблюдался в 2021 году, это прежде всего связано с закрытыми границами на многие популярные направления и стимулированием государством путешествий внутри России (туристический кешбек 20%). Самый низкий показатель пришелся на 2018 год, это также можно связать с чемпионатом мира по футболу, российские туристы в этом году путешествовали в центральной части России.

Таблица 7 – Структура туристских потоков Амурской области, в % к итогу

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выездной	71,1	64,7	54,4	38,7	32,1	40,8	41,4	75,2	66,7	73,3
Въездной	25,9	32,7	43,3	57,8	65,2	57,0	56,4	5,3	–	–
Внутренний	3,0	2,6	2,3	3,5	2,7	2,3	2,3	19,5	33,3	26,7

Анализ показал, что соотношение внутреннего, въездного и выездного туризма заметно различается. В таблице можно увидеть преобладание выездного туризма в 2013 года этот показатель составлял 71,1% это обусловлено тем, что для россиян привлекательны и доступны туры за рубеж, чем по России. С 2014-2017 год наблюдается снижение доли выездного туризма и к 2017 году показатель составил 32,1%. Это произошло из-за валютного кризиса. Однако с 2018 года наблюдается тенденция его повышения, как и говорилось ранее, это связано с открытием Турции.

Въездной туризм в структуре занимает среднюю позицию. Это связано прежде всего с неразвитой инфраструктурой в области, но в тоже время иностранные туристы (прежде всего китайские), посещают Амурскую область с шопинг целями. В 2015 году проводится первый Восточно-экономический форум во Владивостоке, цель – стимулирования иностранных инвестиций на Дальний Восток России и развития экономического сотрудничества в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Также как и упоминалось ранее, сильно повлиял экономический фактор - падение курса рубля. Годом с самым низким показателем за рассмотренный период является 2020. Это можно объяснить сложившейся политической ситуацией в мире.

Что касается внутреннего туризма, то рассматриваемый период, можно разделить на 2 части. Первая часть с 2013-2020 год, где показатель характеризуется небольшим удельным весом в структуре, поскольку российские туристы путешествовали за границу. Вторая часть с 2020-2022 года, где показатель занимает большой удельный вес в структуре, это обосновано закрытием границ других стран, также внедрение государством туристического кешбека, а также появлением популярных направлений туризма в Амурской области. Также стоит отметить, что внутренний турпоток увеличивается.

Подводя итоги, можно выделить ряд факторов влияющих на туристские потоки:

- падение курса рубля;
- появление новых популярных туристических маршрутов в Амурской

области;

- проведение в России спортивных мероприятий;
- политическая обстановка в мире;
- пандемия и закрытие границ.

2.2 Анализ потенциала развития промышленного туризма в Амурской области: оценка по данным ООО «Дальневосточного туристического центра «Амур»»

На данный момент, Амурская область была признана первой территорией промышленного туризма в России, по версии Всероссийской туристской премии Russian Travel Awards 2022 года в номинации «Территория промышленного туризма». Амурская область имеет огромный потенциал для развития промышленного туризма, посредством проведения промышленных экскурсий на ведущих предприятиях различных отраслей промышленности.

Так же Амурская область входит в программу промышленного туризма АСИ (Акселератор по промышленному туризму), которая позволяет предприятиям промышленности проводить экскурсии безопасно и прежде всего интересно. Специалисты АСИ помогают предприятиям с созданием экскурсий и подготовкой кадров, а также делятся опытом из других регионов. В Амурской области даже сформирован штат экспертов по промышленному туризму, состоящий из туроператоров области и всего Дальнего востока.

Таблица 8 – Предприятия промышленности на территории Амурской области, на которых проводятся промышленные экскурсии

Название предприятия	Местонахождение	Предоставляют ли экскурсионные услуги
Амурский ГПЗ	г. Свободный	+
Прииск Соловьёвский	Тындинский район, с. Соловьёвск	+
«Молочный комбинат Благовещенский»	г. Благовещенск	+
ОАО «Благовещенская кондитерская фабрика «Зея»	г. Благовещенск	+
Компания «Аметис»	г. Благовещенск	+
Завод "Амурский металлист"	г. Благовещенск	+
ООО «Маслоэкстракционный завод «Амурский»	г. Благовещенск	+

Название предприятия	Местонахождение	Предоставляют ли экскурсионные услуги
Хладокомбинат	г. Благовещенск	+
АО «Судостроительный завод имени Октябрьской революции»	г. Благовещенск	+
Группа компаний «Интеграл» Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов и пирожных недлительного хранения	г. Благовещенск	+
ООО «ТАЙГА ОРГАНИКА» Агропромышленное производство	г. Благовещенск	+
ООО «Амур Мануфактура» Швейное производство	г. Благовещенск	+
ООО «Соля АНК»	г. Благовещенск	+
ООО «СИБУР» Производство нефтехимической продукции	г. Свободный	+
ПАО «РусГидро» - «Нижне-Бурейская ГЭС»	п. Новобурейский	+
ПАО «РусГидро» - «Бурейская ГЭС»	п. Талакан	+
ПАО «РусГидро» - «Зейская ГЭС»	г. Зeya	+
Космодром Восточный	ЗАТО Циолковский	+

На сегодняшний день, промышленные экскурсии в Амурской области проводятся на 19 предприятиях. Анализируя таблицу, можно сделать вывод о том, что экскурсии проводятся на крупных промышленных предприятиях. Многие предприятия расположены далеко от центра области. Также стоит отметить, что представленные в таблице предприятия из разных секторов промышленности, что говорит о разнообразии экскурсий. Из таблицы также можно понять, что в Амурской области уже имеется потенциал для развития промышленного туризма.

Для лучшего понимания структуры промышленности в Амурской области была создана карта на основе предоставленных данных (приложение А). Используя кластерный подход, все промышленные предприятия были разделены на три сектора экономики: добывающая промышленность, обрабатывающая

промышленность и сектор услуг. Также была определена плотность распределения предприятий по секторам экономики.

В ходе исследования был проведён анализ ресурсного потенциала Амурской области с точки зрения наличия промышленных объектов в её районах и округах. Эти объекты рассматриваются как инфраструктурные ресурсы, формирующие потенциальный кластер для развития промышленного туризма. На основе этого анализа были выделены четыре группы районов и округов.

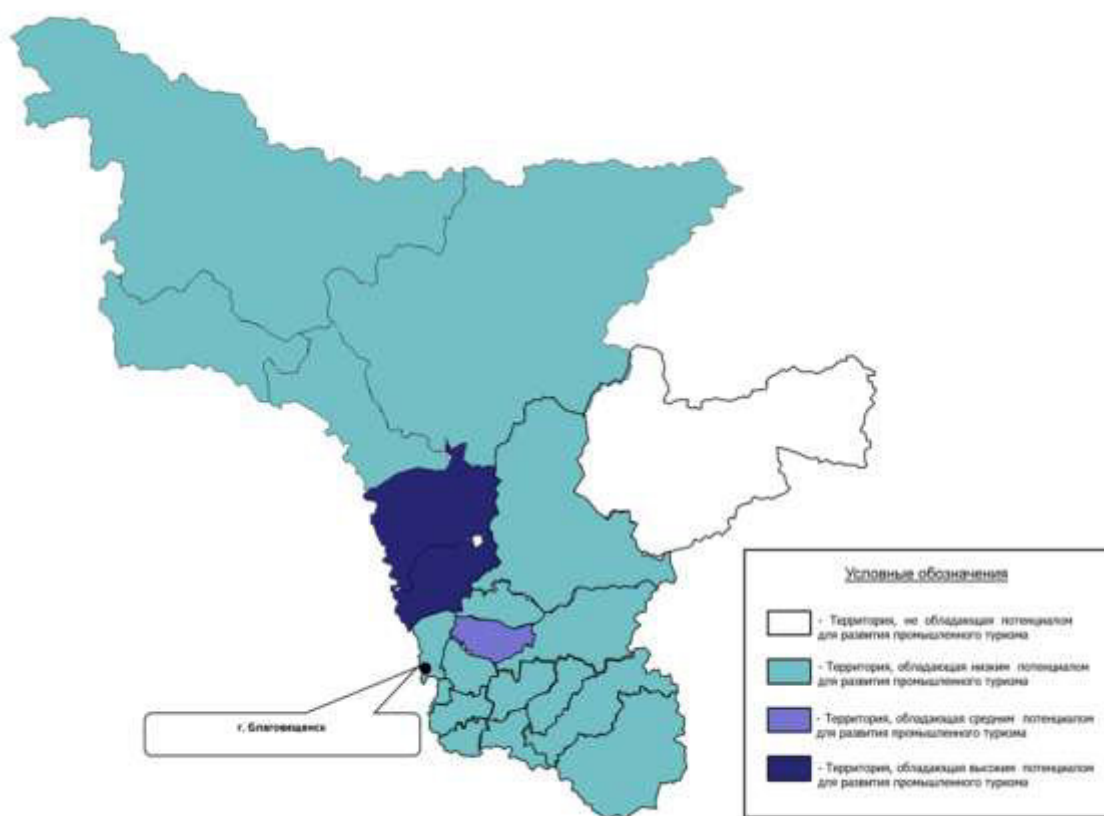


Рисунок 10 – Распределение территорий Амурской области по наличию ресурсов производственной инфраструктуры

Исходя из проведенного исследования, можно сделать выводы, что первая группа – это муниципальные образования, в которых отмечается отсутствие промышленных объектов, которые могли бы способствовать развитию промышленного туризма. К данной группе был отнесен Селемджинский район. Ко второй группе отнесены территории, обладающие низким потенциалом для развития промышленного туризма (Архаринский, Благовещенский, Бурейский, Завитинский, Ивановский, Ромненский, Серышевский, Сковородинский, Там-

бовский, Тындинский округа, Зейский, Константиновский, Магдагачинский, Мазановский, Михайловский и Октябрьский районы). Белогорский округ включен в третью группу, как территория, имеющая средний потенциал развития промышленного туризма. Территории с высоким потенциалом развития промышленного туризма вошли в четвертую группу: Свободненский район и Шимановский округ.

Территории Амурской области были проанализированы с точки зрения доступности туристической инфраструктуры для создания промышленных маршрутов (ПРИЛОЖЕНИЕ Б). На основе собранных данных, была составлена картограмма, демонстрирующая соотношение объектов туристической инфраструктуры, таких как средства размещения, питания и торговли, к общей площади региона.

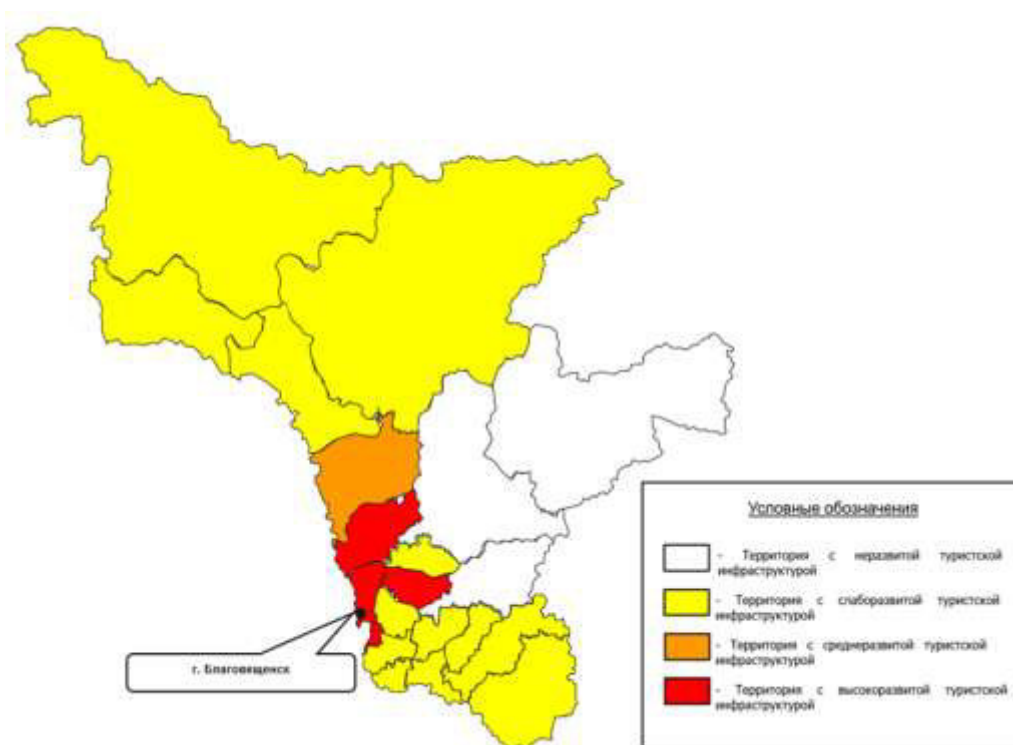


Рисунок 11 – Распределение территорий Амурской области по наличию туристической инфраструктуры

Так, были выделены районы и округа с неразвитой, слаборазвитой, среднеразвитой и высокоразвитой туристической инфраструктурой. К территориям с слаборазвитой инфраструктурой относятся Архаринский, Бурейский, Завитинский, Ивановский, Серышевский, Сковородинский, Тамбовский, Тындинский

округа, Зейский, Константиновский, Магдагачинский, Михайловский, Октябрьский районы. Территорией со среднеразвитой туристской инфра-структурой является Шимановский округ, а с высокоразвитой – Свободненский район, Белогорский и Благовещенский округа. В Ромненском округе, Мазановском и Селемджинском районах туристская инфраструктура неразвита.

На основе проведенного анализа было выявлено, что наибольшее число предприятий размещения, питания и торговли так же, как и промышленные объекты, располагаются на юге Амурской области. Центрами сосредоточения данных предприятий являются Свободненский район и Благовещенский округ.

Таким образом, следует отметить, что территории с наибольшим сосредоточением промышленных объектов располагаются на юге Амурской области. Преобладают промышленные предприятия, которые относятся к первичному сектору экономики, а также в большинстве своем превалируют предприятия вторичного сектора. Предприятия третичного сектора располагаются в Свободненском районе, ими являются Амурский газоперерабатывающий завод и космодром «Восточный».

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что наибольшая сосредоточенность промышленных предприятий и предприятий туристской инфраструктуры наблюдается в Свободненском районе. Обладая всеми необходимыми для развития промышленного туризма ресурсами, Свободненский район является отличной базой для создания на ее основе туристического кластера, территорией для быстрого развития промышленного туризма.

Делая вывод из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день Амурская область является отличной территорией для развития промышленного туризма. Амурская область состоит в программах для улучшения промтуризма, также уже проводятся промышленные экскурсии на территории области, но многие предприятия области не задействованы в данном виде туризма, но имеют огромный потенциал. Проведя анализ всех объектов промышленности, используя кластерный подход, Свободненский район может стать отличной базой для развития промышленного туризма.

Оценивая потенциал развития промышленного туризма можно дать оценку на примере Дальневосточного туристического центра «Амур».

На данный момент туроператор имеет более 500 экскурсий по Амурской области. Самыми востребованными направлениями являются космодром Восточный, «Партизанская деревня» на полигоне ДВВКУ, также большой популярностью пользуются экскурсии по городу Благовещенску .

Турцентр «Амур» является одним из востребованных туроператоров в Амурской области по организации промышленных экскурсий для разных сегментов туристов. На основе этого, потенциал развития промышленных экскурсий в Амурской можно понять посредством анализа количества, проведенных промышленных экскурсий турцентром.

Всего за 2023 год турцентром «Амур» была проведена 401 экскурсия. Экскурсий на промышленные предприятия – 90.

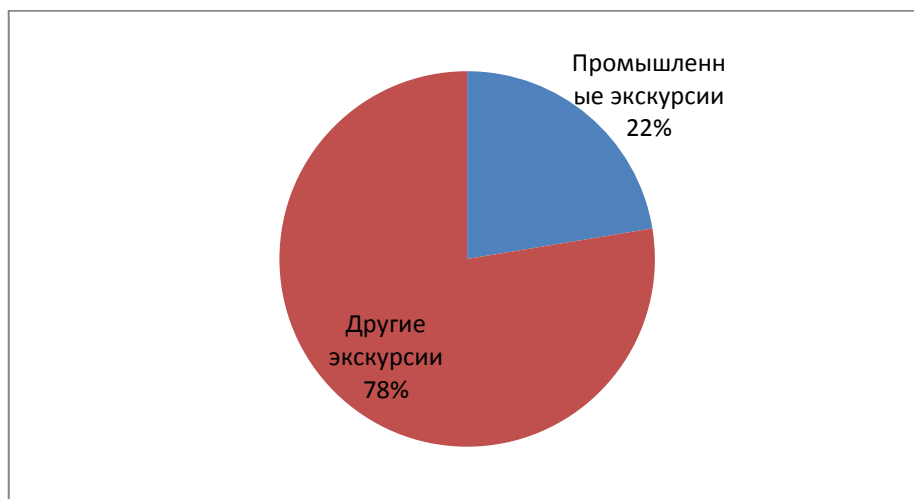


Рисунок 12 – Соотношение количества промышленных экскурсий к числу всех экскурсий Турцентра "Амур", %

Из Рисунка 12 можно сделать вывод о том, что 22,4 % ото всех экскурсий занимают промышленные. Это экскурсии, прежде всего, на космодром Восточный, кондитерскую фабрику «Зея», судостроительный завод города Благовещенска.

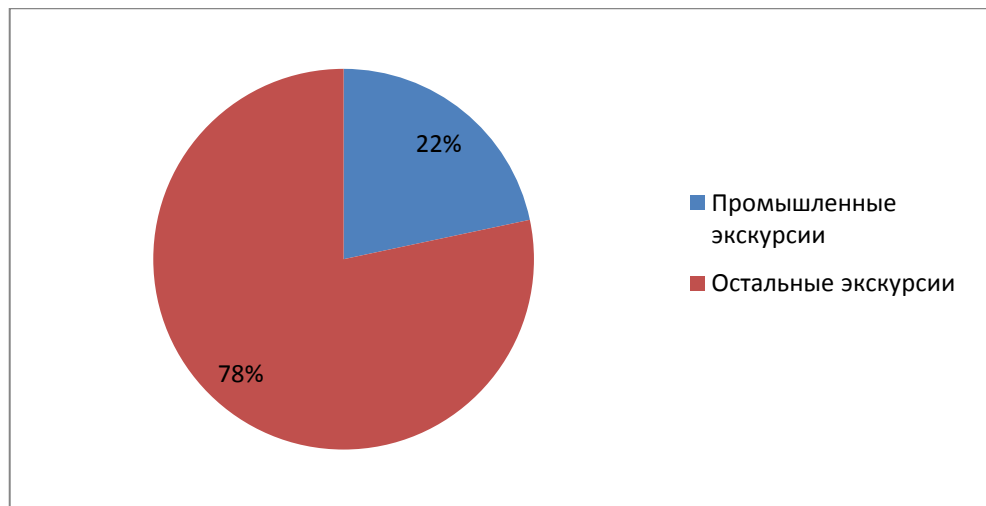


Рисунок 13 – Соотношения количества туристов побывавших на промышленных экскурсиях к общему количеству экскурсий Турцентра "Амур", %

Всего на промышленных экскурсиях от турцентра «Амур» побывало 1717 из 7919 человек. Исходя из данных Рисунка 13 видно, что на промышленные экскурсии от всего турпока фирмы приходится 22% туристов, что говорит об интересе к данному виду туризма в Амурской области.

Также анализируя данные можно сделать вывод о том, что промышленные экскурсии в Амурской области посещают не только местные жители, также туристы приезжают из Хабаровского края, Владивостока, Читы, Якутска, Тюмени, Московской области.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что у туристов есть интерес к промышленным экскурсиям, как у местных, так и со всей России. Также можно сказать о том, что интерес у туристов вызывают совершенно разные предприятия промышленности (от пищевых до космических). Также хочется отметить, что интерес к промышленности наблюдается не только у школьников, но и взрослых людей. Также отмечается большой поток туристов на событийные мероприятия промышленных предприятий, таких как пуск с космодрома Восточный. Так за 2023 год 135 туристов приехало на пуск ракеты от турцентра Амур.

2.3 Оценка готовности участников взаимодействия для развития промышленного туризма на территории Амурской области

Для анализа готовности стейкхолдеров к взаимодействию были составлены две анкеты (ПРИЛОЖЕНИЕ В, Г). Одна из анкет включала в себя вопросы для промышленных предприятий, другая для туроператоров Амурской области.

В анкетировании приняли участие четыре ведущих туроператора Амурской области, которые занимаются промышленными экскурсиями и пять объектов промышленности на территории Амурской области, которые осуществляют или хотят внедрить промышленные экскурсии на свои предприятия.

Анализируя полученные данные, от промышленных предприятий стоит отметить, что в анкетировании приняли участие такие предприятия как:

- космодром Восточный;
- Амурский газоперерабатывающий завод;
- Амурский газохимический комплекс;
- судостроительный завод имени Октябрьской революции;
- Благовещенская кондитерская фабрика Зея.

Большинство предприятий расположены в Свободненском округе, но также и промышленные объекты, находящиеся в Благовещенске.

Исходя из ответов все респонденты ответили, что на их предприятии уже осуществляются промышленные экскурсии.

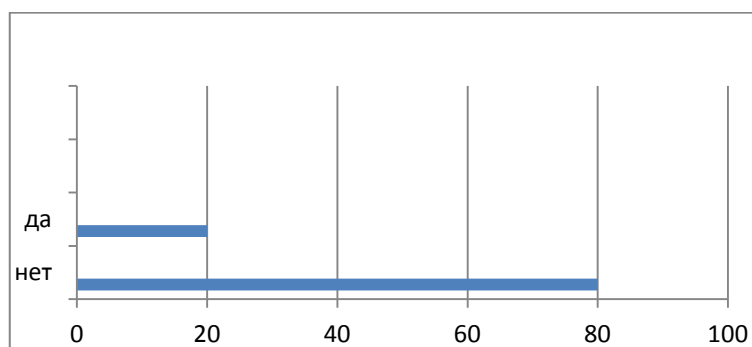


Рисунок 14 – Ответы респондентов на вопрос «Есть ли на Вашем предприятии отдел по туризму?»

Анализируя полученные данные на Рисунке 14, стоит отметить то, что лишь на одном из предприятий на данный момент сформирован туристический

отдел (космодром Восточный), это позволяет упростить систему договора о проведении промышленной экскурсии для туроператора. Остальные предприятия не имеют отделов по туризму и процесс взаимодействия с туроператорами становится дольше.

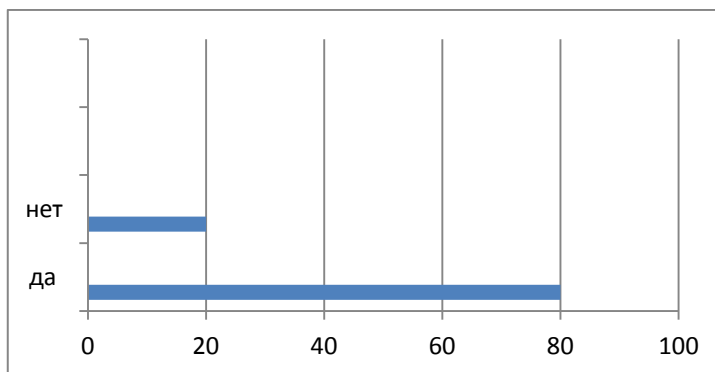


Рисунок 15 – Ответы респондентов на вопрос «Сотрудничает ли Ваше предприятие с туристическими фирмами Амурской области?»

Ответы респондентов из Рисунка 15 показали, что лишь одно предприятие на данный момент не сотрудничает с турфирмами Амурской области, но готовы на возможное сотрудничество и это газоперерабатывающий завод. Четыре респондента ответили, что сотрудничают с туроператорами Амурской области.

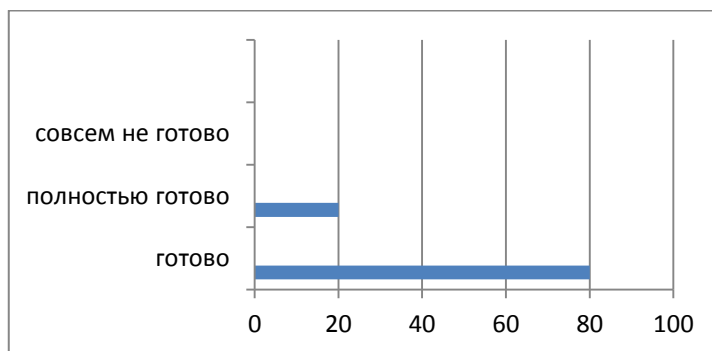


Рисунок 16 – Ответы респондентов на вопрос «Как Вы думаете насколько предприятие готово на данный момент принимать туристов?»

Ответы респондентов о готовности предприятия принимать туристов (Рисунок 16) показали, что предприятия готовы принимать туристов, и полностью готов принимать туристов космодром Восточный, это обуславливается тем что экскурсии на космодром осуществляются уже на протяжении 8 лет, что позволяет с уверенностью сказать о том, что промышленные экскурсии на их пред-

приятия уже отлажены. Что касается ответов других респондентов, стоит отметить что ГПЗ и АГХК это объекты, которые находятся еще на этапе строительства, поэтому говорить о том, что они полностью готовы нельзя, но экскурсии на эти предприятия осуществляются.

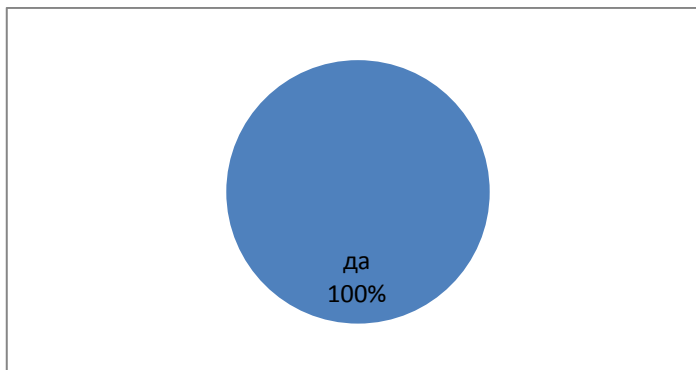


Рисунок 17 – Ответы респондентов на вопрос « Готово ли Ваше предприятие вступить в программы по развитию промышленного туризма?»

Также рассматривая Рисунок 17, стоит, отметить готовность предприятий вступить в программы по развитию промышленного туризма в Амурской области.

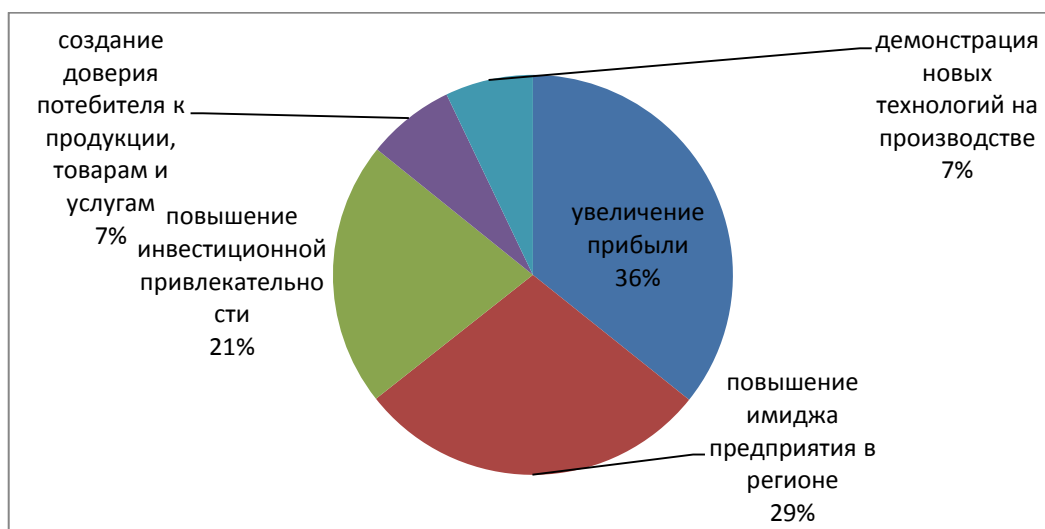


Рисунок 18 – Ответы респондентов на вопрос « Что бы Ваше предприятие хотело получить больше всего от взаимодействия с турфирмами и привлечения к Вам туристов?»

Анализируя ответы респондентов из Рисунка 18, видно, что предприятия нацелены от взаимодействия получить увеличение прибыли, повышение имиджа

джа и инвестиционной привлекательности. Не самыми популярными ответами были создание доверия потребителей и демонстрация технологий.

Оценивая ответы туроператоров Амурской области, занимающихся промышленными экскурсиями, стоит отметить, что в опросе приняли участие четыре туроператора таких как:

- дальневосточный туристический центр «Амур»;
- экспедиционная группа Тайга икс тур;
- «Планета 360»;
- «Пилигрим Плюс».

Все туроператоры имеют офисы в городе Благовещенск и все на данный момент реализуют промышленные экскурсии на территории Амурской области.

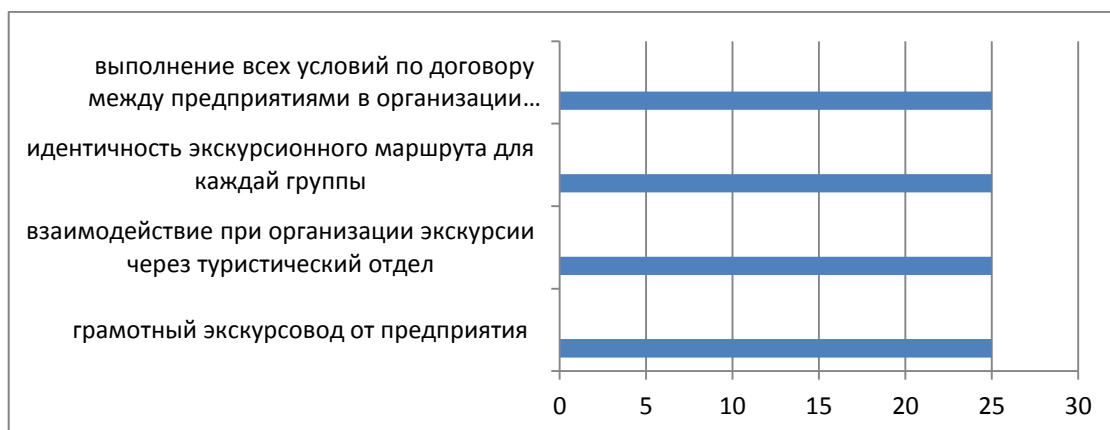


Рисунок 19 – Ответы респондентов на вопрос «Что прежде всего Вашей турфирме важно при сотрудничестве с промышленным предприятий для организации экскурсий?»

Анализируя полученные ответы на Рисунке 19, стоит отметить, что для каждой турфирмы важными являются абсолютно разные элементы. Ответы распределились в соотношении 25% на каждый ответ, кроме безопасности на промышленном предприятии.

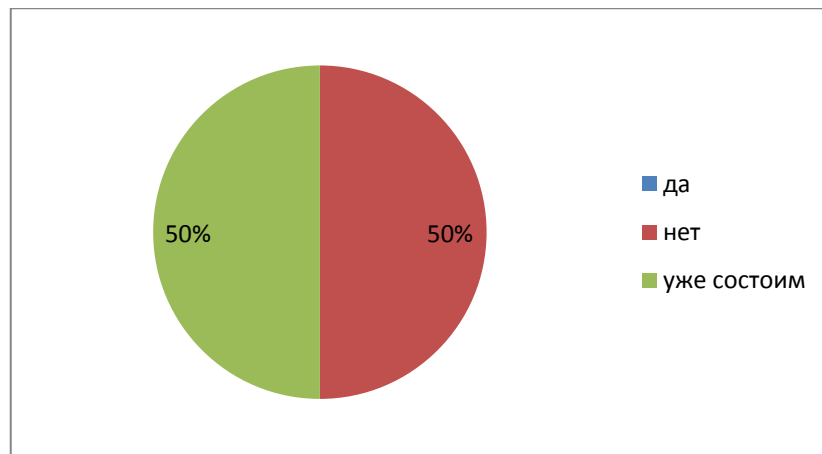


Рисунок 20 – Ответы респондентов на вопрос « Готова ли Ваша турфирма вступить в акселератор по промышленному туризму?»

Из данных Рисунка 20 можно увидеть, что два туроператора уже состоят в акселераторе по промышленному туризму (Турцентр «Амур» и Тайга икс тур). Два других туроператора готовы присоединиться к акселератору.

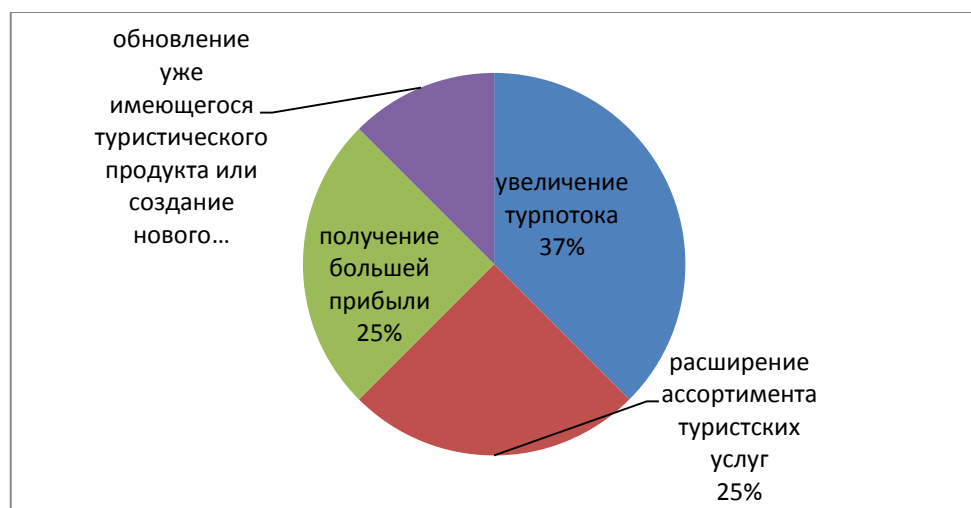


Рисунок 21 – Ответы респондентов на вопрос « Каких результатов будет ждать Ваша турфирма от сотрудничества с промышленными предприятиями?»

Из Рисунка 21 можно понять, что одним из главных результатов взаимодействия туроператоры выделили увеличение турпотока (37,5%). Также стоит отметить, что вторым по значимости выделили расширение ассортимента туристских услуг и получение прибыли.

Анализируя все полученные данные, стоит заметить, что ведущие промышленные предприятия готовы к сотрудничеству с турфирмами Амурской области. Также все стороны готовы вступить в программы для помощи в развитии промышленного туризма. Каждая из сторон также преследует свои резуль-

таты от взаимодействия, но одними из ключевых являются увеличение турпотока и получение прибыли.

2.4 Анализ спроса на промышленные экскурсии в Амурской области

Для того чтобы понять каким спросом пользуются промышленные экскурсии в Амурской области была составлена анкета (ПРИЛОЖЕНИЕ Д).

В анкетировании приняли участие 110 респондентов из разных частей страны.

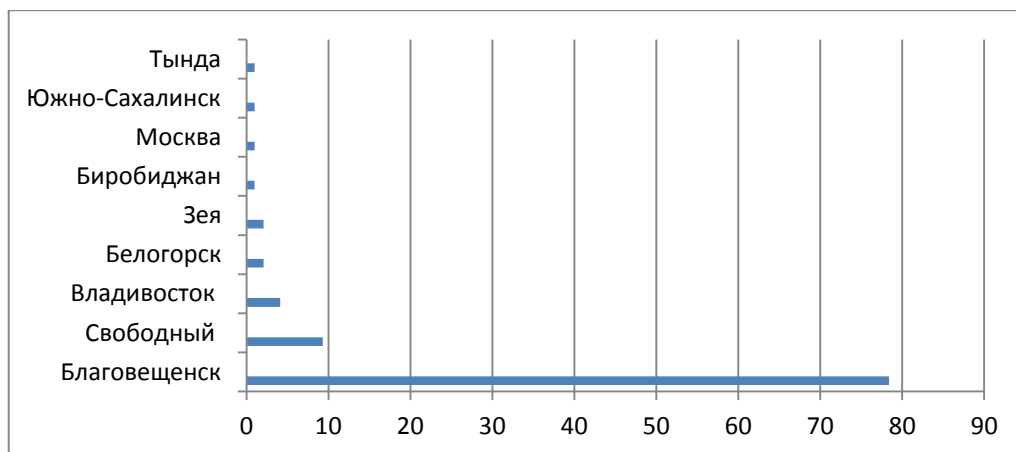


Рисунок 22 – Ответы респондентов на вопрос « В каком населенном пункте Вы проживаете?»

Из Рисунка 22 видно, что большинство опрошенных, а именно 78,4%, проживают в городе Благовещенск. Также небольшое количество проживают в городах Свободный, Белогорск, Зея, Тында – Амурская область. Но как видно, в посещении заинтересованы опрошенные из других регионов России.

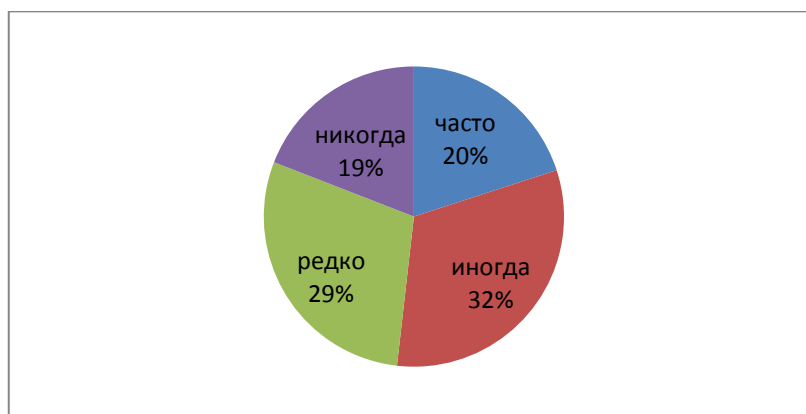


Рисунок 23 – Ответы респондентов на вопрос « Как часто Вы путешествуете по Амурской области?»

Анализируя ответы, представленные на Рисунке 23, стоит отметить, что самым популярным ответом является «Иногда» – 31,8% от всего числа опрошенных. Часто путешествуют по Амурской области 20% опрошенных, а совсем не путешествуют всего 19, 1% респондентов. Это показывает, что у туристов есть заинтересованность в путешествии на территории Амурской области.

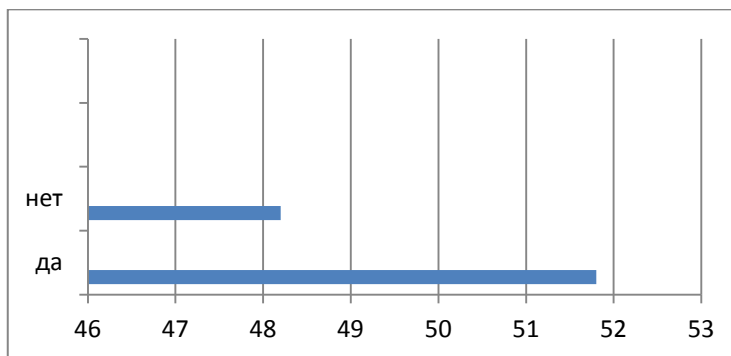


Рисунок 24 – Ответы респондентов на вопрос «Посещали ли Вы промышленные предприятия с экскурсионными целями в Амурской области?»

Большинство респондентов ответили, что не посещали промышленные предприятия с экскурсией (51,8%). Это обуславливается неинформированностью опрошенных о наличии в регионе таких экскурсий. Но стоит отметить, что 48,2% бывали на промышленных экскурсиях.

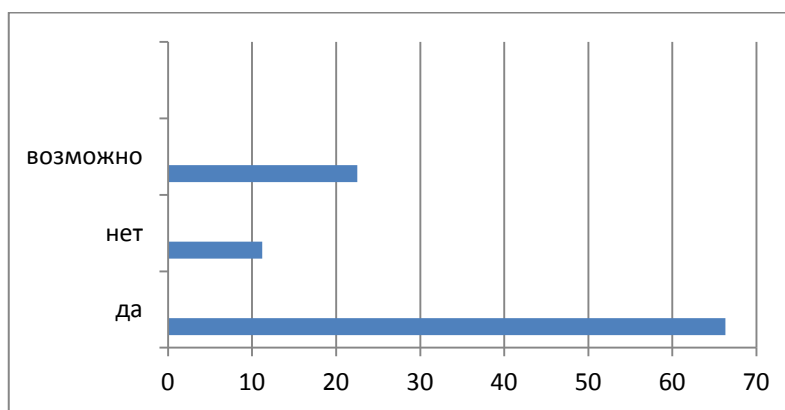


Рисунок 25 – Ответы респондентов на вопрос «Если нет, то хотели бы Вы посетить промышленную экскурсию?»

На Рисунке 25 можно увидеть, что большинство опрошенных хотели бы посетить промышленную экскурсию (66,3%). Сомневаются 22,5% респондентов. Эти полученные данные показывают и подтверждают интерес туристов к промышленным экскурсиям и необходимости разработки таких экскурсий.

Лишь 11,2 % от всего числа опрошенных не хотели бы попасть на промышленную экскурсию.

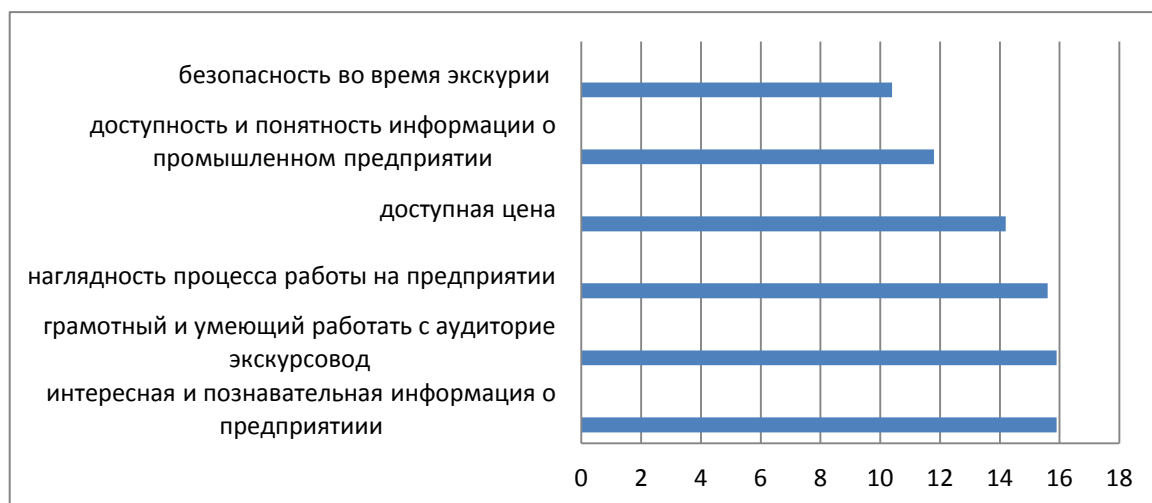


Рисунок 26 – Ответы респондентов на вопрос «Что для Вас было бы важным при посещении промышленной экскурсии?»

Данные на Рисунке 26 показывают, что все факторы из списка для будущих экскурсантов являются важными. Два фактора оказались по значимости одинаковыми (15,9%), это интересная и познавательная информация, и грамотный экскурсовод. Также одним из важных факторов был выбран «наглядность процесса» –15,6%. Говоря о цене, стоит отметить, что этот показатель оказался не самым популярным из ответов, стал четвертым, хотя ожидалось, что это будет один из ключевых факторов. Поэтому стоит отметить, что люди готовы заплатить за экскурсию деньги при условии хорошей экскурсии. Такие факторы как доступность информации, безопасность, знакомство со зданиями оказались не столь важными для туристов. Самым не популярным ответом стал «применение интерактива во время экскурсии» (7,1%).

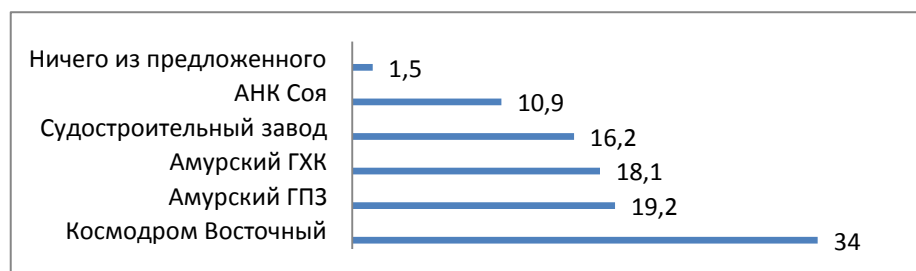


Рисунок 27 – Ответы респондентов на вопрос «Какие промышленные предприятия Амурской области Вы хотели бы посетить в рамках экскурсии?»

Полученные данные, представленные на Рисунке 27 показывают, что большое количество опрошенных хотят посетить космодром Восточный (34%).

Также интерес будущих экскурсантов наблюдался к таким предприятиям промышленности как Амурский газоперерабатывающий завод (19,2%), Амурский газохимический комплекс (16,2%) и судостроительный завод (18,1%). полученные показатели показывают интерес туристов к промышленным экскурсиям на ведущие предприятия промышленности Амурской области. Также стоит отметить, что респонденты, не нашедшие для себя ничего в списке, выделили Бурейскую ГЭС и фабрику Зоя.

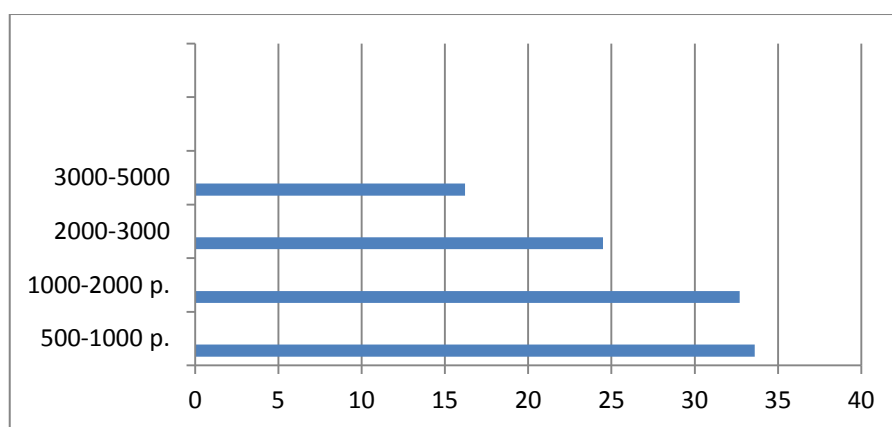


Рисунок 28 – Ответы респондентов на вопрос «Какую сумму Вы готовы заплатить за промышленную экскурсию на предприятие?»

Из ответов можно понять, что туристы готовы заплатить от 500-2000 тысяч рублей за промышленную экскурсию, 24,5 % готовы оплатить экскурсию стоимостью от 2000-3000 тысяч рублей. И лишь 9,1 % опрошенных готовы заплатить 3000-5000 тысяч рублей.

Оценивая полученные данные анкеты можно сказать, что большое количество людей готовы посетить промышленные экскурсии на промышленные предприятия Амурской области. Интерес у туристов вызвали такие предприятия как космодром Восточный, Амурский газоперерабатывающий завод, Амурский газохимический комплекс. Также стоит отметить, что туристам важны при посещении: экскурсовод от предприятия и наглядность за процессом работы.

Делая вывод по всей главе, стоит отметить, что в Амурской области после пандемии увеличился внутренний турпоток. Также анализ промышленных

предприятий показал, что на территории Амурской области хороший потенциал для развития промышленного туризма. Свободненский округ может послужить отличной базой для промышленного туризма. Оценка готовности стейкхолдеров к взаимодействию показала, что промышленные предприятия и туроператоры Амурской области готовы к взаимодействию для увеличения прибыли и турпотока в регион. Также был определен спрос на промышленные экскурсии, было выявлено, что туристы готовы посещать такие экскурсии.

3 РАЗРАБОТКА ЭКСКУРСИИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА «АМУРСКИЙ ГХК– ГАЗОХИМИЯ В ДЕЙСТВИИ»

3.1 Разработка программы экскурсии и экономическое обоснование туристического продукта «Амурский ГХК–Газохимия в действии»

Рассматривая разработку экскурсии с точки зрения синергии инвестиционных и туристических проектов, стоит отметить, что, исходя из анализа выше, интерес к взаимодействию есть у всех участников промышленного туризма, а именно у туристических фирм, промышленных предприятий и туристов.

Говоря об инвестиционных проектах в области, стоит отметить, что на 2024 год в Амурской области 553 активных проекта по инвестированию суммой в 5,41 трлн.рублей.¹¹

Говоря об инвестировании в промышленные объекты области, стоит отметить такие предприятия как Амурский газоперерабатывающий завод, Амурский газохимический комплекс, космодром Восточный, судостроительный завод, поскольку эти же предприятия участвовали в опросе (ПРИЛОЖЕНИЕ В) и заинтересованы во взаимодействии.

Таблица 9 – Инвестиционные промышленные проекты Амурской области

Инвестируемый проект	Число проектов на 2024 г	Сумма на реализацию, млрд.руб	Сумма реализованных проектов до 2024 г, млрд.руб.
Группа проектов Космодром восточный	5	–	300 ¹²
Амурский ГПЗ	3	–	950 ¹³
Амурский ГХК	3	770 ¹⁴	–

первичная ¹¹ – Инвестиционные проекты России в регионе Амурской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investprojects.info/regions/4?ysclid=lwvl67eka4827427751> –25.04.2024

первичная ¹² – Инвестиционные проекты Космодром Восточный [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investprojects.info/project-groups/4565?ysclid=lwvnbantlz736137211> –25.04.2024

первичная ¹³ – Инвестиционные проекты Амурского ГПЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investprojects.info/search/search?search=%D0%93%D0%BF%D0%B7&select-id=-> 25.04.2024

первичная ¹⁴ – Инвестиционные проекты ТОП Амурская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investprojects.info/industrials?id=1595#projects> –24.04.2024

Инвестируемый проект	Число проектов на 2024 г	Сумма на реализацию, млрд.руб	Сумма реализованных проектов до 2024 г, млрд.руб.
Судостроительный завод	3	–	1,409 ¹⁵

Анализируя таблицу 9, можно сделать вывод о том, что каждый из проектов реализует на данный момент от 3-5 проектов, проекты касаются строительства на территории предприятий. До 2024 года у предприятий уже были реализованы инвестиционные проекты на суммы от 1,5 до 950 млрд.руб. Из таблицы можно понять, что в крупных привлечениях инвестиций нуждаются Амурский газоперерабатывающий завод и Амурский газохимический комплекс.

На сегодняшний день на интенсивном этапе строительства находится Амурский газохимический комплекс. Остальные рассмотренные предприятия промышленности уже введены в эксплуатацию. Поэтому газохимический комплекс может стать хорошей базой для синергии с туристическими фирмами. Поскольку предприятие в анкетировании отметило свою готовность к взаимодействию, а также одним из ключевых факторов является месторасположение промышленного предприятия на территории Свободненского района, который из анализа выше был выявлен как район, являющийся хорошей базой для развития промышленного туризма.

Предлагаемый туристический продукт направлен на развитие внутреннего туризма в Амурской области.

Концепция промышленной экскурсии «Амурский ГХК–Газохимия в действии» предполагает наглядно показать туристам процессы работы и строительства Амурского газохимического комплекса, познакомить с профессиями и ознакомить с масштабами предприятия.

Цель промышленной экскурсии: ознакомление с работой завода и обозначение его значимости.

первичная¹⁵– Инвестиционные проекты Судостроительный завод [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investprojects.info/industrials?id=1595#projects> – 25.04.2024

Задачи:

1. Познакомить с промышленностью Амурской области;
2. Активно и с пользой провести время;
3. Расширить кругозор туристов в сфере промышленности.

Вид экскурсии – промышленная экскурсия.

Формат экскурсии: автобусная/ пешая.

Протяжённость маршрута: 193 км.

Продолжительность экскурсии: 8 часов.

Сезонность: всесезонный

Количество туристов: сборные экскурсии от 15 человек, индивидуальные экскурсии.

Маршрут: г. Благовещенск (ОКЦ) – г. Свободный (кафе Лира, техническая остановка) – Амурский газохимический комплекс– Турбаза «Радуга» (обед) – г. Благовещенск.



Рисунок 29 – Схема промышленной экскурсии «Амурский ГХК– Газхимия в действии»

Рассматривая рисунок 6, стоит отметить, что маршрут экскурсии пролегает по свободненской трассе.

Экскурсия начинается с площади ОКЦ со знака «Я люблю Благовещенск».

В автобусе туристов ждет путевая экскурсия об истории, флоре, фауне и промышленности Амурской области, также информация о городе Свободный, поскольку дорога пролегает рядом с этим городом.

Техническая остановка предусматривается на кафе Лира под городом Свободный, поскольку туристы в дороге 2 часа.

Следующая остановка Амурский газохимический комплекс (экскурсия по объектам предприятия).

Отправление на турбазу Радуга, где организован обед в кафе «Чертог ворона». Данное кафе выбрано из-за доступности цены за комплексный обед, качественного обслуживания и надежного сотрудничества турфирмы и предприятия питания.

Отправление в г. Благовещенск.

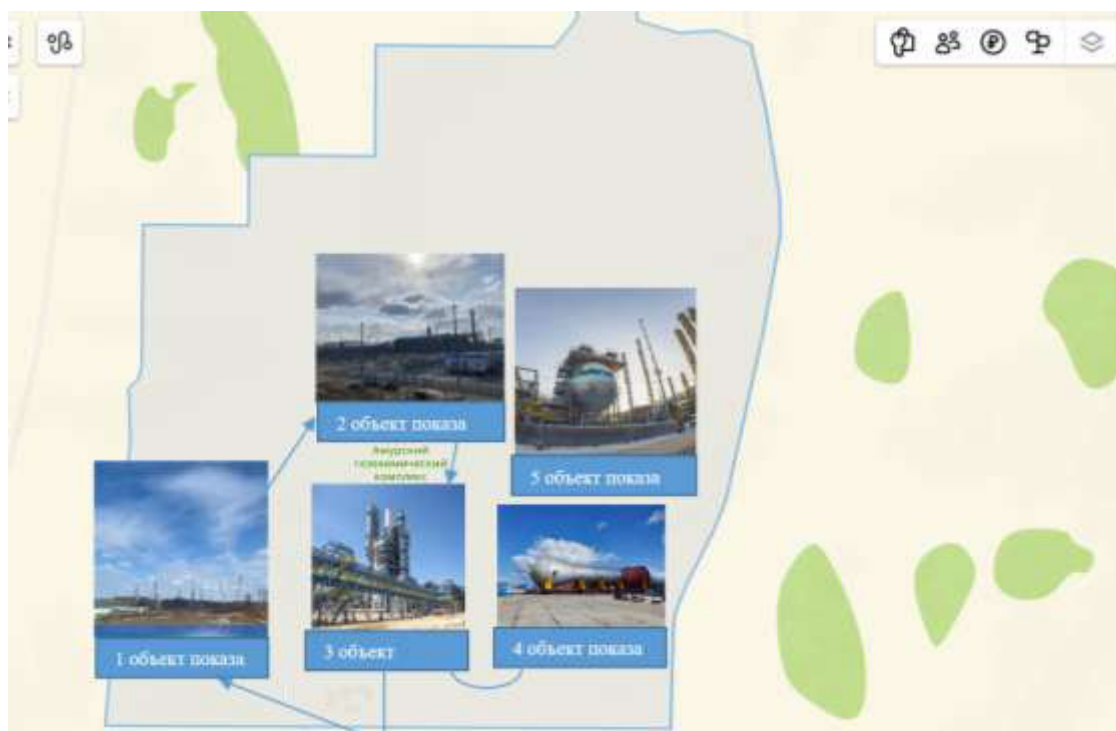


Рисунок 30 – Картограмма объектов показа экскурсии «Амурский ГХК– Газохимия в действии»

Экскурсия по объектам Амурского ГХК включает в себя:

1. Смотровая площадка с видом на башни Пиролиза.

Пиролиз - основной процесс переработки углеводородного сырья, который будет поступать на АГХК из Амурского ГПЗ. Суть работы башни состоит

в том, что под действием высокой температуры (около 850С) и давления из-за подающихся на пиролиз этана и сжиженных углеводородных газов производится этилен и пропилен. Проектная мощность установки – 2,7 млн т/год. На сегодняшний день, это самая мощная нефтегазохимических установок в мире;

2. Смотровая площадка с видом на промышленный комплекс.

Еще одна из площадок, на которых можно увидеть масштабы будущего предприятия и башен пиролиза;

3. Обзор на будущий завод полимеров (информация о заводе в автобусе).

Информация о пластиковых продуктах, которые будут производиться на заводе полимеров.

4. Объекты будущей инфраструктуры газохимического комплекса.

Во время экскурсии по заводу в автобусе, туристы смогут увидеть различные установки, которые будут использоваться для строительства завода. Установки могут изменяться, поскольку идет процесс строительства.

Стоит понимать, что на данный момент экскурсия проводится по стоящимся объектам, поэтому часть информации будет озвучена как планы на будущее.

Таблица 10 – Программа промышленной экскурсии «Амурский ГХК– Газохимия в действии» с таймингом

Время	Мероприятия
8:00	Выезд с ОКЦ
8:00 – 11:00	Путевая экскурсия о промышленности, промышленных предприятиях Амурской области
11:00 – 14:00	Экскурсия по объектам АГКХ
14:00 – 15:00	Обед
15:00	Отправление в г.Благовещенск

Калькулирование себестоимости экскурсии на группу из 15 человек.

Расчеты экскурсии на 15 человек.

1. Транспорт (заказ 19-местного автобуса в ООО «Автосфера»¹⁶). 19-местный автобус выбран исходя из комфортности проведения экскурсии, как для экскурсовода, так и для туристов, при поездках на дальние расстояния.

Аренда автобуса на 8 часов 37 500 рублей.

На группу: 37500

На туриста $37500 : 15 = 2500$

2. Питание (комплексный обед на турбазе «Радуга»¹⁷)

Комплексный обед (на усмотрение группы) 500 рублей.

Варианты меню:

1 вариант: борщ с мясом , гречка с мясной поджаркой, компот;

2 вариант: суп лапша, пельмени отварные, авторский чай.

На группу : $500 * 15 = 7500$

На туриста: 500

3. Экскурсионная программа (трассовая экскурсия о промышленности и промышленных объектах Амурской области)

Зарплата экскурсовода 7500 рублей (сумма включает 30,2% страховых взносов):

На группу : 7500 рублей.

На туриста : $7500 : 15 = 500$ рублей.

4. Прямые затраты туроператора :

На группу: $3500 * 15 = 52500$ рублей.

На туриста: 3500 рублей.

5. Косвенные затраты туроператора (10 % от прямых затрат):

На группу: $3500 * 10\% = 3500$ рублей.

На туриста: $3500 : 15 = 233,33$ рублей.

6. Полная себестоимость (прямые + косвенные затраты):

На группу: $52500 + 3500 = 56000$ рублей.

На туриста: $3500 + 233,33 = 3733,33$ рублей.

первичная ¹⁶ – Сайт заказа автобуса «Автосфера» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://avtosfera28.ru/index.php?page=avtobusi_i_mikroavtobusi&id=4 – 23.04.2024

первичная ¹⁷ – Турбаза «Радуга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amurraduga.ru/> – 23.04.2024

7. Прибыль (20%):

На группу: $57750 * 20\% = 11550$ рублей.

На туриста: $3850 * 20\% = 770$ рублей.

8. Налог на доход (15%):

На группу: $770 * 15\% * 15 = 1733$ рубля.

На туриста: $770 * 15\% = 116$ рублей.

9. Комиссионное вознаграждение предприятию Амурский ГХК (от полной себестоимости):

На группу: $3850 * 8\% * 15 = 4620$ рублей.

На туриста: $3850 * 8\% = 308$ рублей.

И так, продажная цена нового туристического продукта «Амурский ГХК – Газохимия в действии» на группу 15 человек составила 75653 рубля. Цена на туриста – 5044 рубля.

Таблица 11 – Калькуляция новой промышленной экскурсии «Амурский ГХК – Газохимия в действии»

Наименование калькуляционных статей	%	1 туриста, в руб.	Удельный вес статей в себестоимости путевки на одного туриста, %
Транспорт		2500	49,5
Питание		500	9,9
Экскурсионная программа (экскурсовод в пути)		500	9,9
Прямые затраты		3500	69,3
Косвенные затраты	10	350	6,9
Полная себестоимость		3850	76,3
Прибыль	20	770	15,2
Налог на доход	15	116	2,3
Комиссионное вознаграждение предприятию	8	308	6,2
Продажная цена		5 044	100

Как показали расчеты продажная цена экскурсионного продукта «Амурский ГХК – Газохимия в действии» составила 5044 рублей на туриста.



Рисунок 31 – Структура себестоимости экскурсии, %

Рассматривая рисунок 31, стоит отметить, что половину расходов занимает транспорт, поэтому это сможет повлиять на выбор покупателя в лучшую сторону, поскольку у потенциального покупателя будет понимание, что сама экскурсия по стоимости не превосходит другие.

Рассматривая насколько новый экскурсионный маршрут «Амурский ГХК – Газохимия в деле» является конкурентоспособным, стоит проанализировать цены экскурсий амурских туроператоров на промышленные предприятия области. Выборка для таблицы 12 осуществлялась на основе уже существующих промышленных экскурсий по области, не включая город Благовещенск, поскольку в экскурсии по городу не закладываются в стоимость трансфер и питание.

Таблица 12– Цены на промышленные экскурсии от амурских туроператоров

Туроператор	Экскурсии		
	Космодром Восточный	Прииск Соловьевский	Сыроварня Агриппины
Турцентр Амур	9 000 рублей	–	1 800 рублей
Тайга X-Tour	12 000 рублей	25 000 рублей	1 800 рублей
Мои каникулы	7 500 рублей	–	1 800 рублей
Пилигрим Плюс	6 200 рублей	–	1 600 рублей

Анализируя таблицу 12, стоит отметить, что цены на промышленные экскурсии по области находятся в диапазоне от 1600 – 25000 рублей. Все экскурсии включают в себя трансфер, питание и экскурсионное сопровождение. Исходя из полученных данных, можно сказать о том, что новый экскурсионный маршрут «Амурский ГХК – Газохимия в деле», стоимостью 5044 рублей, находится в среднем ценовом сегменте промышленных экскурсий по области, что говорит о его конкурентоспособности.

Туроператор Тайга X-Tour, на сегодняшний день тоже имеет экскурсионную программу на Амурский газохимический комплекс. Стоимость их продукта составляет 6500 рублей. Поэтому новый экскурсионный маршрут сможет пользоваться большим спросом, поскольку его стоимость меньше, а наполнение продукта такое же.

3.2 Оценка синергетического эффекта на примере нового промышленного туристического продукта «Амурский ГХК–Газохимия в действии»

Под оценкой синергетического эффекта стоит понимать, что это эффект, который возникает в процессе совместной деятельности стейкхолдеров промышленности и туризма.

На примере нового туристического продукта «Амурский ГХК – Газохимия в действии» будет доказан синергетический эффект.

Исходя из калькуляции нового туристического продукта, стоит отметить, удельный вес статей каждого из стейкхолдеров промышленного туризма.

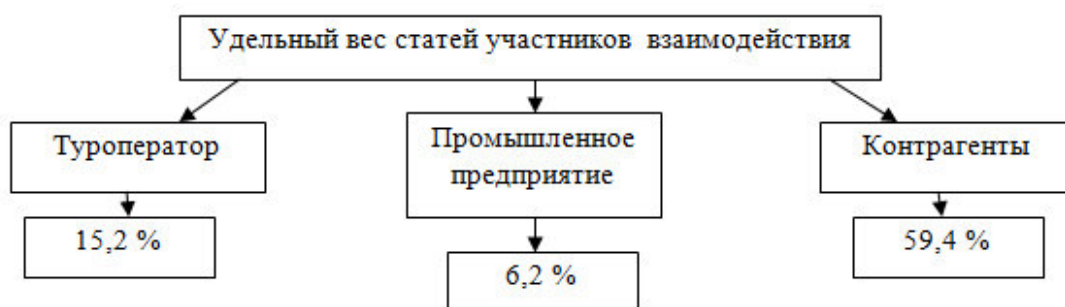


Рисунок 32 – Схема распределения удельного веса статей стейкхолдеров

Анализируя рисунок 32, стоит отметить, что каждый из участников взаимодействия имеет большой удельный вес статей. Контрагенты (транспортные предприятия и предприятия питания) получают большую выгоду от реализованной экскурсии, что в дальнейшем может повлечь за собой улучшение автобусного паркинга и, также, улучшение качества оказания услуг на предприятиях питания. Рассматривая предприятие промышленности, а в частности, Амурский газохимический комплекс, стоит отметить, что на данном этапе внедрения экскурсии, завод находится на этапе строительства, в дальнейшем, удельный вес статьи может увеличиться, за счет новых объектов показа. Говоря о туроператорах, можно отметить, что процент 15,2 может варьироваться, поскольку платежеспособность каждой из групп может быть разной.

Опираясь на все сказанное выше, стоит составить таблицу прогнозируемого объема продаж для дальнейшего доказательства синергетического эффекта.

Таблица 13 – Прогноз объема продаж турпродукта «Амурский ГХК –Газохимия в действии» на примере реализации в Дальневосточном туристическом центре «Амур»

Количественный показатель	2024 год							Итого
	июль	июнь	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	
Q (количество групп)	5	5	5	8	8	5	2	38
P (цена за ед. турпродукта)	5044	5044	5044	5044	5044	5044	5044	
N (количество чел.)	75	75	75	120	120	75	30	570

Анализируя полученные данные в таблице 13, стоит отметить, что за рассмотренный период, одним из туроператоров, может быть реализовано 38 экскурсий на Амурский ГХК. Прогнозируемое количество человек за период 570, большие показатели приходятся на сентябрь-октябрь, поскольку основной поток туристов в первое время будут школьники, а эти месяца самые активные в школах для проведения экскурсий. Самый низкий показатель количества людей и объема продаж приходится на декабрь, поскольку это низкий туристический сезон в Амурской области.

За рассматриваемый период общая сумма от реализации нового турпродукта составит 2 875 080 тысяч рублей

Исходя из полученных данных таблицы 13, можно доказать эффект синергии от взаимодействия предприятий промышленного туризма.

Таблица 14 – Оценка взаимодействия участников промышленного туризма

Участник взаимодействия	Удельный вес статей, %	Получаемая сумма от взаимодействия, тыс.руб.
Амурский ГХК	6,2	$2\,875\,080 * 6,2\% = 178\,255$
Дальневосточный туристический центр «Амур»	15,2	$2\,875\,080 * 15,2\% = 437\,012$
Контрагенты	59,4	$2\,875\,080 * 59,4\% = 1\,707\,797$
Государство	2,3	$2\,875\,080 * 2,3\% = 66\,128$

На возмещение затрат турфирмы приходится 16,9 %. Этот вес распределяется на косвенные затраты –7%, на заработную плату экскурсоводу –6,9 %, страховые взносы – 3%. Эти показатели соотносятся в отношении:

- косвенные затраты –201 255 рублей;
- заработная плата экскурсовода – 198 381 рублей
- страховые взносы – 86 252 рублей.

Рассматривая показатели, полученные в таблице 14, стоит отметить что это и доказывается синергетический эффект от взаимодействия. Не внедрив на свое предприятие промышленности новый туристический маршрут, не было бы главного эффекта синергии – получение прибыли. Также от взаимодействия и туроператор, и контрагенты получают от реализации нового маршрута прибыль. Стоит отметить, что это взаимодействие дает и дополнительные налоговые поступления в экономику региона, что способствует развитию туризма и инфраструктуры в регионе.

Для того чтобы, прогнозируемый объем продаж, оправдался, стоит разработать план продвижения нового туристического продукта «Амурский ГХК – Газохимия в действии».

3.3 Продвижение нового туристического продукта.

Продвижение туристского продукта – это совокупность мероприятий, необходимых для реализации тура. В мероприятия входит реклама, реализация бумажной продукции (буклеты, баннеры), мерч и др.

Стратегия для рекламы создаётся с целью понять, какие способы продвижения могут применяться для привлечения новых потребителей.

Разработка рекламной стратегии помогает определить, что именно привлекает будущих покупателей для покупки турпродукта.

Главные цели рекламы нового продукта:

- заинтересовать будущих покупателей;
- увеличить объем продаж.

Для организации продвижения нового туристского продукта необходимо:

- составить четный план;
- подобрать варианты рекламы, которые будут наиболее эффективны.

Таблица 15 – План мероприятий по продвижению промышленной экскурсии «Амурский ГКХ» на 2024 г

Канал	Месяц						
	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Электорошит в ТЦ Острова	+	+	+	+			
Соцсети	+	+	+	+	+	+	+
Контекстная реклама	+	+	+	+			
ТИЦ Амурской области (телеграмм канал и сайт)	+	+	+	+	+	+	+
Буклет	+	+	+	+	+	+	+

Продвижение будет проводиться с июня по декабрь.

Таблица 16 – Расчет рекламного бюджета промышленной экскурсии «Амурский ГКХ»

№	Наименование	Частота	Общая стоимость на месяц, руб.
1	Электорошит в ТЦ Острова	1 раз в день (вечером)	5000
2	Соцсети	Посты через день	35000
3	Контекстная реклама		30000
4	Сотрудничество с ТИЦ Амурской области	Посты по необходимости	0
5	Печать буклетов	600 шт.	6600
Итого:			76 600

Печать буклетов в «Буквица» 1 шт. = 11 рублей.¹⁸

Электорошит в ТЦ «Острова» 162 рубля за один показ.

Сотрудничество с ТИЦ Амурской области бесплатно на протяжении всего периода.

Далее затраты на рекламу будут составлять 35000 рублей, поскольку с сентября месяца будет действовать только сайт и распространение буклетов (ПРИЛОЖЕНИЕ Е).

Брендинг: гостям экскурсии будут предложены фирменные бейджи а также футболки «Амурский ГКХ» (ПРИЛОЖЕНИЕ Ж) за 1000 рублей, в память о познавательной промышленной экскурсионной программе.

В данной главе была разработана новая промышленная экскурсия на газохимический комплекс в Амурской области. Было проведено экономическое обоснование новой экскурсии, а также доказан синергетический эффект от взаимодействия стейкхолдеров промышленного туризма. Стоимость экскурсии «Амурский ГКХ» составила 5044 рубля.

первичная ¹⁸ ООО Буквица [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bukvica.com/> –23.04.2024

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение необходимо отметить, что официального определения «промышленного туризма» нет, как и единой классификации видов промышленного туризма. Анализируя мировой и российский опыт проведения промышленных экскурсий, можно сказать о том, что в мире интерес к проведению промышленных экскурсий больше, чем в России. Также, организации проведения промышленных экскурсий в России разнятся со всем миром, поскольку в мире в таких экскурсиях применяют больше интерактива. Также были рассмотрены теоретические аспекты понятия синергия в туризме, применяемые для промышленного туризма, синергетический эффект для участников взаимодействия.

Так как тема исследование предполагает развитие промышленного туризма в Амурской области был проанализирован потенциал данного округа для разработки промышленных экскурсий, который показал, что наиболее развитой территорией является Свободненский район. Также оценивая структуру туризма в Амурской области, можно сделать вывод о том, что на данный момент область развивается за счет внутреннего туризма, поэтому создание внутреннего турпродукта на территории области, станет хорошим толчком для инвестирования в промышленные предприятия и промышленный туризм.

Также стоит отметить готовность стейкхолдеров промышленного туризма к взаимодействию, что говорит о возможности синергии между участниками. В работе было выяснено, что у туристов со всей России есть интерес к промышленным экскурсиям в Амурской области.

В работе также была разработана промышленная экскурсия на территории Амурской области на базе газоперерабатывающего завода и газохимического комплекса в Свободненском районе. Разработан план продвижения экскурсии. Экскурсия станет центром притяжения инвестиций в завод, а также в туризм.

На примере нового экскурсионного маршрута доказан синергетический эффект, а именно получение прибыли для каждого из участников взаимодействия.

Стоит отметить, что цена нового туристического продукта является средней на рынке, что позволит конкурировать с другими промышленными экскурсиями области.

Все поставленные в работе задачи были выполнены.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 25.05.2022) «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации»
- 2 Никулина, Ю. Н. Промышленный туризм: особенности организации и тенденции развития на региональном уровне: монография / Ю. Н. Никулина. – Оренбург : ОГУ, 2017. – 194 с.
- 3 Писаревский, Е. Л. Актуальные вопросы развития туризма в Российской Федерации // Туризм: право и экономика. 2009. № 3.
- 4 Кружалин, В.И. География туризма: учебник / В.И. Кружалин, Н.С. Мироненко, Н.В. Зигерн-Корн, Н.В. Шабалина. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. - 336 с.
- 5 Докашенко, Л. В. Промышленный туризм как эффективный инструмент развития экономики региона / Л.В Докашенко. – Оренбург: ИПК Университет, 2013. –222 с
- 6 Крылов, Э.И. Экономика туризма: Учебник / Э.И. Крылов. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 272 с.
- 7 Рубцова, Н.В, Солодухин К.С. Метод оценки синергетического эффекта межорганизационного взаимодействия в туристско-рекреационной сети / Н.В.Рубцова. – М.: Мир экономики и права, 2021. – С. 132-146.
- 8 ЕМИСС [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/31591>. – 4.11.2023
- 9 Научная электронная библиотека Киберленинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> 19.11.2022
- 10 Промышленный туризм: простое объяснение [Электронный ресурс]: офиц.сайт. – Режим доступа: <https://chemodansobran.ru/promyshlennyj-turizm/> – 22.11.2023
- 11 Сайт 20 мест в России для любителей промышленного туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://travel.mts.ru/media/top/20-mest->

vrossiidlyalyubitelejindustrialnogoturizma?utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2F – 22.11.2023

12 Инфоурок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/statya-sinerhiya-turisticheskogo-biznesa-5560846.html>. – 07.03.2024

13 Что такое акселератор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/education/931647-cto-takoe-akselerator-i-chem-on-otlichaetsya-ot-biznes-akseleratora-ili-obuchayushchey-programmy>. – 09.04.2024

14 АСИ Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации версия 2.0 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ryazantourism.ru/assets/files/07-2022-metodologia_final_elektronnaya-versiya_compressed.pdf?ysclid=lwzse5ph7o161852785. – 20.05.2024.

15 Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/file/fb8a4b084460e064e787d6f199dba82estrategiya_razvitiya_turizma.pdf. – 15.11.2023

15 Авдеева, Ю.А, Шимко Д.А. Использование кластерного подхода в оценке ресурсного потенциала для развития промышленного туризма в Амурской области // Материалы XXIV Региональной научно-практической конференции «Молодежь XXI века: шаг в будущее» на секции «Экономические науки. Мировая и региональная экономика» - г. Благовещенск, 18 мая 2023 г. – С. 87-88

16 Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/> – 15.11.2023

17 Сайт ТИЦ «VisitAmur» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://visitamur.ru>. – 27.04.2024.

18 Сайт АМУР.Инфо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://amur.info>. – 27.04.2024.

19 Сайт Amur life [Электронный ресурс]: офиц.сайт – Режим доступа: <https://www.amur.life/news/2022/05/01/v-blagoveschensk-pribyl-retropoezd-pobeda-foto>. - 11.11.24

20 Сайт заказа автобуса «Автосфера» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://avtosfera28.ru/index.php?page=avtobusi_i_mikroavtobusi&id=4. – 23.04.2024

21 Турбаза «Радуга» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://amurraduga.ru>. – 23.04.2024

22 ООО Буквица [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.bukvica.com/> –23.04.2024.

23 Турцентр Амур [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://amur-tour.ru>. – 20.04.2024.

24 Инвестиционные проекты России в регионе Амурской области [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://investprojects.info/regions>. – 12.05.2024.

25 Инвестиционные проекты Космодром Восточный [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://investprojects.info/project-groups/4565?ysclid=lwvnbantlz>.–25.04.2024

26 Инвестиционные проекты Амурского ГПЗ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://investprojects.info/search/search?search=%D0%93%D0%BF%D0%B7&select-id=>– 25.04.2024

27 Инвестиционные проекты ТОР Амурская [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://investprojects.info/industrials?id=1595#projects>. –23.04.2024

28 Инвестиционные проекты Судостроительный завод [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://investprojects.info/industrials?id=1595#projects>. – 25.04.2024

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А – Анализ потенциала Амурской области по наличию ресурсов производственной инфраструктуры

Регион	Площадь региона, кв. км	Предприятия первичного сектора экономики, ед.	Предприятия вторичного сектора экономики, ед.	Предприятия третичного сектора экономики, ед.	Плотность размещения предприятий первичного сектора экономики, ‰	Плотность размещения предприятий вторичного сектора экономики, ‰	Плотность размещения предприятий третичного сектора экономики, ‰	Всего, ‰
Благовещенск	320	0	20	0	0,000	62,500	0,000	62,500
Благовещенский округ	3059	0	12	0	0,000	3,923	0,000	3,923
Свободный	40	0	7	1	0,000	175,000	25,000	200,000
Свободненский район	7318	2	3	1	0,273	0,410	0,137	0,820
Серышевский округ	3804	6	7	0	1,577	1,840	0,000	3,417
Белогоск	118	3	8	0	25,424	67,797	0,000	93,220
Белогорский округ	2590	7	12	0	2,703	4,633	0,000	7,336
Шимановск	50	3	4	0	60,000	80,000	0,000	140,000
Шимановский округ	14554	9	2	0	0,618	0,137	0,000	0,756
Сковородинский округ	20509	3	6	0	0,146	0,293	0,000	0,439
Зейский район	87485	8	4	0	0,091	0,046	0,000	0,137
Бурейский округ	7094	5	2	0	0,705	0,282	0,000	0,987

Регион	Площадь региона, кв. км	Предприятия первичного сектора экономики, ед.	Предприятия вторичного сектора экономики, ед.	Предприятия третичного сектора экономики, ед.	Плотность размещения предприятий первичного сектора экономики, ‰	Плотность размещения предприятий вторичного сектора экономики, ‰	Плотность размещения предприятий третичного сектора экономики, ‰	Всего, ‰
Селемджинский район	46700	1	1	0	0,021	0,021	0,000	0,043
Тындинский округ	83285	10	5	0	0,120	0,060	0,000	0,180
Мазановский район	28316	7	6	0	0,247	0,212	0,000	0,459
Архаринский округ	14354	7	8	0	0,488	0,557	0,000	1,045
Константиновский район	1800	14	5	0	7,778	2,778	0,000	10,556
Магдагачинский район	16667	5	5	0	0,300	0,300	0,000	0,600
Октябрьский район	3381	2	6	0	0,592	1,775	0,000	2,366
Ивановский округ	2665	9	2	0	3,377	0,750	0,000	4,128
Завитинский округ	3300	1	2	0	0,303	0,606	0,000	0,909
Михайловский район	3039	14	2	0	4,607	0,658	0,000	5,265
Ромненский округ	10065	3	5	0	0,298	0,497	0,000	0,795
Тамбовский округ	2538	10	16	0	3,940	6,304	0,000	10,244

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б – Анализ потенциала Амурской области по наличию ресурсов туристской инфраструктуры

Регион	Площадь региона, кв. км	Транспорт (наличие)	Предприятия размещения, ед.	Предприятия питания, ед.	Предприятия торговли, ед.	Плотность предприятий размещения, ‰	Плотность размещения предприятий питания, ‰	Плотность размещения предприятий торговли, ‰	Всего, ‰
Благовещенск	320	+	44	381	42	137,500	1190,625	131,250	1459,375
Благовещенский округ	3059	+	2	9	0	0,653808434	2,942	0,000	3,596
Свободный	40	+	18	48	7	450,000	1200,000	175,000	1825,000
Свободненский район	7318	+	8	7	0	1,093	0,957	0,000	2,050
Серышевский округ	3804	+	2	4	0	0,526	1,052	0,000	1,577
Белогорск	118	+	10	38	12	84,746	322,034	101,695	508,475
Белогорский округ	2590	+	0	3	0	0,000	1,158	0,000	1,158
Шимановск	50	+	2	5	3	40,000	100,000	60,000	200,000
Шимановский округ	14554	+	1	3	0	0,069	0,206	0,000	0,275
Сковородинский округ	20509	+	7	13	3	0,341	0,634	0,146	1,121
Зейский район	87485	+	8	14	2	0,091	0,160	0,023	0,274
Бурейский округ	7094	+	8	10	0	1,128	1,410	0,000	2,537

Продолжение таблицы Б

Регион	Площадь региона, кв. км	Транспорт (наличие)	Предприятия размещения, ед.	Предприятия питания, ед.	Предприятия торговли, ед.	Плотность предприятий размещения, ‰	Плотность размещения предприятий питания, ‰	Плотность размещения предприятий торговли, ‰	Всего, ‰
Селемджинский район	46700	+	2	1	2	0,043	0,021	0,043	0,107
Тындинский округ	83285	+	9	44	11	0,108	0,528	0,132	0,768
Мазановский район	28316	+	0	1	0	0,000	0,035	0,000	0,035
Архаринский округ	14354	+	4	10	1	0,279	0,697	0,070	1,045
Константиновский район	1800	+	1	6	0	0,556	3,333	0,000	3,889
Магдагачинский район	16667	+	2	7	2	0,120	0,420	0,120	0,660
Октябрьский район	3381	+	1	10	0	0,296	2,958	0,000	3,253
Ивановский округ	2665	+	2	6	2	0,750	2,251	0,750	3,752
Завитинский округ	3300	+	2	7	2	0,606	2,121	0,606	3,333

Продолжение таблицы Б

Регион	Площадь региона, кв. км	Транспорт (наличие)	Предприятия размещения, ед.	Предприятия питания, ед.	Предприятия торговли, ед.	Плотность предприятий размещения, ‰	Плотность размещения предприятий питания, ‰	Плотность размещения предприятий торговли, ‰	Всего, ‰
Михайловский район	3039	+	0	5	1	0,000	1,645	0,329	1,974
Ромненский округ	10065	+	0	1	0	0,000	0,099	0,000	0,099
Тамбовский округ	2538	+	0	4	0	0,000	1,576	0,000	1,576

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анкетирование среди предприятий промышленности Амурской области, направленное на выявление желания участников к вступлению к взаимодействию в сфере промышленного туризма

1. Укажите название Вашего предприятия (прописать)

2. На Вашем предприятии проводятся промышленные экскурсии? (выбрать один вариант ответа)

– да

–нет

3. Если нет, заинтересовано ли Ваше предприятие в развитии промышленного туризма? (выбрать один вариант ответа)

–да

–нет

–возможно

4. Есть ли на Вашем предприятии отдел по туризму? ? (выбрать один вариант ответа)

–да

–нет

5. Сотрудничает ли Ваше предприятие с туристическими фирмами Амурской области? (выбрать один вариант ответа)

–да

–нет

6. Если нет, заинтересовано ли Ваше предприятие в сотрудничестве с туристическими фирмами? (выбрать один вариант ответа)

– да

– нет

– возможно

7. Как Вы думаете насколько предприятие готово на данный момент принимать туристов? (выбрать один вариант ответа)

– совсем не готово

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ В

– готово

– полностью готово

8. Готово ли Ваше предприятие вступить в программы по развитию промышленного туризма? (выбрать один вариант ответа)

–да

–нет

9. Если Ваш ответ НЕТ, то почему? (прописать)

10. Что бы Ваше предприятие хотело получить больше всего от взаимодействия с турфирмами и привлечения к Вам туристов? (выбрать несколько вариантов ответов)

– увеличение прибыли

–повышение имиджа предприятия в регионе

–продвижение продукции на рынок

–создание доверия потребителя к продукции, товарам или услугам

– повышение инвестиционной привлекательности

–демонстрация новых технологий на производстве

11. Укажите населенный пункт, в котором находится Ваше предприятие
(прописать)

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Анкетирование среди туроператоров Амурской области, направленное на выявление желания участников к вступлению к взаимодействию в сфере промышленного туризма

1. Укажите название Вашей туристической фирмы (прописать)

2. Ваша турфирма организует промышленные экскурсии в Амурской области? (выбрать один вариант ответа)

– да

–нет

3. Если нет, было бы Вашей турфирме это интересно? (выбрать один вариант ответа)

– да

–нет

–возможно

4. Что прежде всего Вашей турфирме важно при сотрудничестве с промышленным предприятием для организации экскурсий? (выбрать один вариант ответа)

– безопасность на предприятии

– грамотный экскурсовод от предприятия

– взаимодействию при организации экскурсий через туристический отдел

– идентичность экскурсионного маршрута для каждой группы

– выполнение всех условий между предприятиями в организации экскурсий для каждой из групп

5. Готова ли Ваша турфирма вступить в акселератор по промышленному туризму? (выбрать один вариант ответа)

– да

– нет

– уже состоим

6. Каких результатов будет ждать Ваша турфирма от сотрудничества с промышленными предприятиями? (выбрать несколько вариантов ответов)

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Г

- увеличение турпотока
- расширение ассортимента туристских услуг
- получение большей прибыли
- обновление уже имеющегося туристского продукта или создание совершенно нового турпродукта
- расширение штата
- ничего из указанного

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Анкетирование, направленное на получение данных о спросе на промышленные экскурсии в Амурской области

1. Путешествуете ли Вы по Амурской области? (выбрать один вариант ответа)

– да

–нет

2. Как часто Вы путешествуете по Амурской области? (выбрать один вариант ответа)

– часто

–иногда

– редко

– никогда

3. Посещали ли Вы промышленные предприятия с экскурсионными целями в Амурской области? (выбрать один вариант ответа)

– да

– нет

4. Если нет, то хотели бы Вы посетить промышленную экскурсию? (выбрать один вариант ответа)

– да

– нет

– возможно

5. Что для Вас было бы важным при посещении промышленной экскурсии? (выбрать несколько вариантов ответов)

–доступная цена

– доступность и понятность информации о промышленном предприятии

– интересная и познавательная информация о предприятии

– грамотный и умеющий работать с аудиторией экскурсовод

–безопасность во время экскурсии

– применение интерактива во время экскурсии

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Д

- наглядность процесса работы на предприятии
- знакомство со зданиями и помещениями на промышленном предприя-

тии

6. Какие промышленные предприятия Амурской области Вы хотели бы посетить в рамках экскурсии? (выбрать несколько вариантов ответов)

- Космодром Восточный
- Амурский газоперерабатывающий завод
- Амурский газохимический комплекс
- Судостроительный завод
- АНК Соя
- ничего из предложенного

7. Если Вы выбрали «Ничего из предложенного», то впишите свой ответ (прописать)

8. Какую сумму Вы готовы заплатить за промышленную экскурсию на предприятие? (выбрать один вариант ответа)

- 500-1000 тысяч рублей
- 1000-2000 тысячи рублей
- 2000-3000 тысячи рублей
- 3000-5000 тысяч рублей

9. Укажите Ваш пол (выбрать один вариант ответа)

- мужской
- женский

10. Укажите Ваш возраст (выбрать один вариант ответа)

- 18-25
- 25-35
- 35-45
- 45-55

– старше 55

11. Укажите населенный пункт, в котором Вы проживаете (прописать)

ПРИЛОЖЕНИЕ Е



Рисунок Е.1– Туристический буклет экскурсионного маршрута «Амурский ГХК – Газохимия в действии»

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж



Рисунок Ж.1– Брендированный шоппер



Рисунок Ж. 2 – Брендированная футболка