

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

На правах рукописи

ГУЛЯЕВ ГЕОРГИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ПРОМЫШЛЕННОГО
ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Специальность 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика
(экономика сферы услуг)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель -
доктор экономических наук,
доцент Александров А.В.

Санкт-Петербург

2024 г.

Оглавление

Введение	3
1. Теоретические аспекты функционирования рынка промышленного туризма	12
1.1. Промышленный туризм и его трансформация в условиях развития инновационной экономики	12
1.2. Оценка условий формирования и развития рынка промышленного туризма.	23
1.3. Характеристика основных участников рынка промышленного туризма.	37
2. Характеристика и оценка уровня развития рынка промышленного туризма в РФ и за рубежом	54
2.1. Анализ зарубежного опыта развития рынка промышленного туризма (на примере стран БРИКС).	54
2.2. Оценка современного уровня развития промышленного туризма в России.	62
2.3. Информационно-коммуникационные и цифровые технологии в контексте стратегического развития российского рынка промышленного туризма.	74
3. Методические рекомендации по оценке уровня развития российского рынка промышленного туризма.....	87
3.1. Разработка методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма	87
3.2. Рекомендации по формированию рейтингов, отражающих развитие рынка промышленного туризма в РФ на национальном и региональном уровне. ...	110
Заключение.....	125
Библиографический список.....	130

Введение

Актуальность темы диссертационного исследования. Активное развитие туризма как отдельного сектора сферы услуг в последние десятилетия создало дополнительные возможности не только для увеличения валового внутреннего продукта отдельных стран, занимающихся последовательным продвижением собственных туристских дестинаций, пополнения доходной части бюджета за счет налоговых поступлений от соответствующих профильных организаций, формирования и развития рынка труда по новым профессиям в сфере туризма и рекреации, но и позволило сформировать определённые устойчивые и взаимовыгодные для всех участников рыночные отношения в данной сфере.

Промышленный туризм представляет собой, прежде всего, сегмент активно развивающегося туристского рынка, который находится в тесной взаимосвязи с другими видами туризма, подчиняется общим тенденциям развития современной индустрии туризма и гостеприимства и имеет четкую структуру рыночных отношений, в рамках которых формируется предложение туристского продукта, с учетом потенциала и способности отдельных промышленных организаций к выходу на туристский рынок и их стратегии по отношению к получению дохода от туристской деятельности на базе собственной инфраструктуры и спрос на туристский продукт, в основе которого стремление потребителей туристских услуг к получению новых эмоций, знаний, навыков, умений в области, связанной с технологиями, промышленным производством, научно-техническим прогрессом и, наконец, с технологическими и продуктовыми инновациями в условиях реального или приближенного к реальным индустриального объекта.

В связи с вышесказанным, можно говорить о том, что формирование и развитие рынка промышленного туризма в России является весьма актуальной темой для проведения комплексного научного исследования, ориентированного на решение приоритетных задач социально-

экономического развития и обеспечения устойчивой динамики роста российских туристских дестинаций.

Степень разработанности научной проблемы. В основе диссертационного исследования положены фундаментальные и прикладные труды известных отечественных и зарубежных ученых, посвященные актуальным вопросам формирования и развития рынка промышленного туризма за счет внедрения инновационных технологий и развития новых направлений и видов деятельности, повышения привлекательности туристских дестинаций, в которых расположены промышленные объекты.

Среди исследователей, изучающих вопросы теоретических аспектов формирования и развития новых рынков в индустрии туризма и гостеприимства, организации управления ресурсным потенциалом туристского рынка, выработки государственной политики в области регулирования туристского рынка можно отметить: Garofano A., Hugo M., Ionela S., Leba M., Napolitano M., Price W.R., Горбашко Е.А., Иванов М. В., Лаврова Т.А., Малинин А.М., Омаров М.М., Петров А. Н., Уваров С.А., Хорева Л.В. и др.

Проблемы формирования и развития рынка промышленного туризма с точки зрения теории и практики экономики сферы услуг, вопросы стратегического управления и развития туристскими дестинациями, ориентированными на развитие промышленного туризма в современных экономических условиях подробно отражены в работах таких исследователей, как Badia F., Batista M., Riviezzo A., Ruggiero E., Александров А.В., Антонец В. Г., Васильева Е.В., Воронцова М.Г., Карпова Г.А., Клейнер Г.Б., Нюренбергер Л.Б., Ходос Д.В., Чхотуа И.З. и др.

Среди исследователей проблем управления процессами информатизации и цифровизации в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе на рынке промышленного туризма, следует указать научные труды таких авторов как: Forga J. M. P., Hanqi Song, Valiente G., Yang X., Глотко А.В., Ермакова В.П., Малюженко Е.В., Морозова Н.С., Песоцкая Е.В., Плотников

В.А., Родионов Д.Г., Романов М.С., Танина А. В., Тестина Я.С., Цехла С.Ю., Шарафанова Е.Е. и др.

Вместе с тем, особую актуальность и значимость в настоящее время имеют исследования, связанные с: определением перспективных направлений развития рынка промышленного туризма в новых экономических условиях, характеристикой основных участников рынка промышленного туризма, а также с разработкой методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма и рейтингов, отображающих степень развития рынка промышленного туризма на региональном и национальном уровне. Вышеизложенное подтверждает актуальность выбранной темы диссертационного исследования и определяет его цель и задачи.

Цель диссертационного исследования заключается в разработке теоретических положений, практических методик и методических рекомендаций, направленных на повышение эффективности формирования и развития российского рынка промышленного туризма в современных экономических условиях.

В соответствии с определенной целью сформулированы **следующие задачи**:

- изучить и охарактеризовать теоретические основы формирования и развития рынка промышленного туризма и его трансформации в условиях развития инновационной экономики;
- определить роль и место основных участников рынка промышленного туризма в современных условиях, с точки зрения их влияния на процесс формирования и развития рынка промышленного туризма;
- провести оценку значения информационно-коммуникационных и цифровых технологий в контексте стратегического развития российского рынка промышленного туризма;
- разработать методику оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма;

- предложить и обосновать методические рекомендации по формированию рейтингов, отражающих развитие рынка промышленного туризма в РФ на национальном и региональном уровне.

Объектом исследования являются участники российского рынка промышленного туризма, деятельность которых направлена на формирование и развитие эффективной рыночной структуры на основе использования ИКТ и цифровых технологий в современных экономических условиях.

Предметом исследования являются организационно-экономические отношения, связанные с процессом формирования и развития промышленного туризма в России в условиях необходимости активизации использования возможностей информатизации и цифровизации для обеспечения устойчивого экономического роста всех участников данного рынка.

Теоретическую основу работы составили принципиальные положения экономической теории и теории менеджмента применительно к условиям развития сферы услуг в контексте обеспечения эффективного взаимодействия органов государственного управления, предпринимательского сектора и потребителя туристских услуг, принципы системного подхода к управлению процессом формирования и развития рынка промышленного туризма. В ходе формирования и обоснования результатов диссертационного исследования были использованы научные труды отечественных и зарубежных ученых в области обеспечения устойчивого развития рынков отдельных видов туризма. Теоретической основой диссертационного исследования является, в том числе, процессный подход к обоснованию эффективной стратегии формирования и развития российского рынка промышленного туризма в условиях информатизации и цифровизации социально – экономических систем в сфере услуг.

Методологическая основа. В диссертации использованы такие общенаучные методы проведения комплексных исследований как: системный подход, процессный подход, комплексный социально-экономический анализ принципиальных тенденций формирования и развития рынка промышленного

туризма в РФ; приемы факторного анализа для оценки современных тенденций в области информатизации и цифровизации рынка промышленного туризма в России и за рубежом, моделирование социально-экономических процессов на рынке промышленного туризма, проведение сравнительных характеристик субъектов хозяйственной деятельности, использование методов управления ресурсным потенциалом рынка промышленного туризма, факторный анализ и другие методы проведения социально-экономического исследования.

Информационную базу исследования составили нормативно-правовые документы РФ федерального уровня, регламентирующие вопросы развития туристских дестинаций в России, проблематику экономического роста за счет увеличения туристского предложения, необходимости повышения эффективности отдельных видов туризма, в том числе промышленного, и ряд других законодательных актов, статистические и информационно-аналитические данные ряда промышленных предприятий Тульской области (АО Тульский патронный завод (ТПЗ), АО Тульский молочный комбинат (ТМК), ПАО "Тульская кондитерская фабрика "Ясная поляна", АО «Тулажелдормаш», ООО "ОКТАВА ДМ", АО «Трикотажная фирма «Заря» и ряд других), аналитические отчеты государственных учреждений, связанных с регулированием туристской деятельности на региональном уровне.

Обоснованность результатов исследования обеспечивается использованием нормативно-правовой документации федерального и регионального уровня; официальных статистических данных, характеризующих уровень развития промышленного туризма как отдельного перспективного вида туристской деятельности, сравнительной оценкой использования ИКТ и цифровых технологий в различных областях производственно-хозяйственной деятельности, связанной с организацией и реализацией туров на рынке промышленного туризма.

Достоверность диссертационного исследования обусловлена применением актуальных методик сбора и обработки исходной информации об основных тенденциях и новых формах развития рынка промышленного туризма на федеральном и региональном уровне; успешной апробацией полученных в диссертации результатов и рекомендаций для различных субъектов российского рынка промышленного туризма. Основные полученные выводы диссертационного исследования имеют принципиальную взаимосвязь с практической деятельностью, с задачами теории и методологии экономики сферы услуг.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Область исследования и результаты соответствуют Паспорту научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (экономика сферы услуг), следующим его пунктам: 4.5. Формирование и функционирование рынков услуг, 4.15. Туризм и рекреация.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в развитии теоретических положений, методических подходов и рекомендаций по формированию и развитию рынка промышленного туризма в условиях необходимости адаптации российского предпринимательского сектора к изменениям внешней среды, повышению уровня информатизации и цифровизации, а также совершенствованию государственной экономической политики.

Наиболее существенные научные результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем:

1. Выделены и охарактеризованы теоретические подходы к определению сущности промышленного туризма в зависимости от уровня взаимодействия с другими экономическими субъектами, что позволило обосновать и раскрыть основные условия формирования и развития рынка промышленного туризма, сгруппированные в зависимости от субъекта принятия управленческих решений, а также провести типологизацию дестинаций в зависимости от особенностей промышленного туризма.

2. Проведена оценка деятельности участников рынка промышленного туризма, в том числе обоснованы направления по совершенствованию государственной политики в области организации и управления рынком промышленного туризма, сформированы и раскрыты методические подходы к определению роли предпринимательского сектора в сфере промышленного туризма в зависимости от ряда условий ведения хозяйственной деятельности (влияние статуса и состояния индустриального объекта на развитие промышленного туризма, соотношение основного вида деятельности и посреднических функций в контексте влияния на развитие промышленного туризма, ориентация на формирование и развитие туристского потенциала на рынке промышленного туризма).

3. Определены и систематизированы стратегические цели и задачи использования информационно-коммуникационных и цифровых технологий на рынке промышленного туризма в России, в том числе: модернизация существующих интернет-ресурсов и аккаунтов в социальных сетях (индивидуальных и общих), связанных с промышленным туризмом; использование специальных программных средств ИКТ предприятий для роста эффективности промышленного туризма и достижения интегративного эффекта; определение перспективных цифровых технологий в зависимости от специфики реализации туров промышленного туризма и т.д.

4. Сформирована методика оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма, которая в отличие от существующих аналогов, позволяет оценить уровень информатизации и цифровизации ключевых областей производственно-хозяйственной деятельности основных участников рынка промышленного туризма, на основе которой могут быть приняты управленческие решения относительно выбора траекторий развития региональных рынков промышленного туризма в РФ.

5. Предложены и обоснованы методические рекомендации по формированию рейтингов развития рынка промышленного туризма в РФ на

национальном и региональном уровне, отличающихся от уже существующих: универсальным характером, который позволяет использовать рейтингование для оценки уровня формирования и развития национального и региональных рынков промышленного туризма в России; количеством выбранных показателей, в том числе не только экономического, но и социального характера для проведения оценочных процедур; повышением уровня верификации данных за счет расширения источников сбора информации; использованием удельных весов для определения значимости влияния отдельных показателей на итоговые значения рейтинга.

Теоретическая значимость диссертационной работы подтверждается тем, что выводы и положения, обоснованные в диссертационном исследовании, позволяют: систематизировать и охарактеризовать научные представления об основных тенденциях социально-экономической трансформации рынка промышленного туризма в России и за рубежом, в контексте его формирования и развития на различных уровнях управления; определить эффективность и целесообразность применения отдельных ИКТ и цифровых технологий в процессе создания и последующей реализации туров на рынке промышленного туризма, выявить ключевые факторы влияния на исследуемый рынок в условиях изменения потребительских предпочтений и роста спроса на новые туристские продукты.

Практическая значимость диссертационной работы определяется возможностью использования полученных результатов в процессе формирования и развития рынка промышленного туризма в российских регионах, оптимизации методических подходов к реализации туров промышленного туризма в зависимости от условий ведения предпринимательской деятельности и особенностей выбранной туристской дестинации, при совершенствовании нормативно-правовой документации, федеральных и региональных программ, направленных на развитие рынка промышленного туризма в России, а также повышения эффективности

реализации коммерческих проектов на рынке промышленного туризма за счет использования возможностей ИКТ и цифровых технологий.

Апробация результатов диссертационной работы. Основные теоретические положения и результаты диссертационного исследования были представлены автором и обсуждены на научных семинарах и конференциях, в том числе в рамках: ежегодной Международной научно-практической конференции «Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике» (г. Санкт-Петербург), Международной научно-практической конференции «Глобальные вызовы и научные решения» (г. Калуга), Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Интеллектуальный потенциал России 2024» (г. Самара) и др. , научно-практических семинаров и межкафедральных круглых столов.

Публикации результатов исследования. Основные положения и выводы диссертации изложены в 10 научных работах общим объемом 4,5 п.л. (вклад автора 3,4 п. л.), в том числе 4 статьи в научных изданиях, определенных перечнем ВАК.

Структура и содержание диссертации определены целью, задачами и методами проведения научного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка.

1. Теоретические аспекты функционирования рынка промышленного туризма

1.1. Промышленный туризм и его трансформация в условиях развития инновационной экономики

В современных условиях ускоренного развития сервисной экономики, сфера туризма как один из ее ключевых и важных сегментов, переживает значительные изменения и трансформации, которые вызваны как определенной динамикой в потребительском спросе и поведении туристов (склонность к самостоятельному формированию туров, повышение внимания к экологичности выбираемых туристских продуктов, усиление роли брендинга туристских дестинаций при выборе конкретного туристского продукта и т.д.), так и обусловлены несомненным влиянием цифровых технологий во всем их многообразии форм и методов реализации в практической туристской деятельности.

Учет данных тенденций должен быть положен в основу организационно-экономической политики отдельных предприятий и организаций, функционирующих на туристских рынках, предполагающей в том числе:

-более четкое сегментирование рынка посредством использования определенных механизмов формирования и сохранения лояльности потребителей,

-расширение дифференции в предоставлении конечного туристского продукта не только между укрупненными группами клиентов в соответствии с классическим разделением (например, возрастной состав, разделение по половому признаку и т.д.), но и среди индивидуальных потребителей, в том числе посредством индивидуального консалтинга для последующего самостоятельного формирования тура конкретным экскурсантом,

-расширение практики использования инструментов не только классического экономического анализа (оценка абсолютных и относительных величин изменения ключевых параметров производственно-хозяйственной деятельности), но и применение методик функционально-стоимостного анализа, ситуационного анализа и метода формирования сценариев в рамках взаимодействия с конкретным получателем туристских услуг и т. д.

Определенные аналогии можно провести и относительно общегосударственной экономической политики, ориентированной на развитие туристского рынка, в том числе:

-дифференциация программ поддержки отдельных секторов туристской индустрии в зависимости от особенностей и возможностей роста туристско-рекреационного потенциала конкретных дестинаций, в том числе активное развитие отдельных перспективных видов туризма в соответствии с ключевыми нормативно-правовыми актами, регламентирующими функционирование субъектов предпринимательской деятельности на туристском рынке,

-определение конкретных приоритетных инфраструктурных проектов с содержательной, детальной информацией об уровне затрат и предполагаемом доходе для предпринимательского сектора, при одновременном разделении проектов на федеральном, региональном и муниципальном уровнях с целью достижения более высокого уровня эффективности использования туристско-рекреационного потенциала дестинаций,

-формирование потенциальных сценариев (как минимум, оптимистический, усреднённый и пессимистический) реализации подобного рода приоритетных инфраструктурных проектов с учета влияния различных факторов внешней среды и т.д.

Как видно из представленных примеров, наиболее актуальным для сферы туризма в России следует признать:

-использование инструментов дифференциации ресурсной базы как отдельных участников индустрии, так и самих российских дестинаций с точки

зрения формирования и продвижения туров, ориентированных на различные потребительские сегменты, в том числе учитывая возможности по расширению предложения на рынке социального туризма,

-активная разработка и внедрение стратегий диверсификации, в том числе при разработке и формировании туристской продукта в контексте возможного изменения как самого маршрута, так и времени его прохождения за счет возможности внедрения отдельных инновационных технологий и решений,

-переход от стратегического прогнозирования и планирования к разработке и акцептации возможных сценариев развития экономической ситуации как на микроуровне, так и на уровне государственного регулирования туристской деятельности, что позволит сформировать более широкое представление о мастер-планировании при развитии туристских дестинаций.

В связи с вышесказанным, представители предпринимательского сектора, которые задействованы в индустрии туризма в России, стараются найти новые возможности и пути развития не только элементов туристской инфраструктуры, но и туристского продукта.

Подобного рода изменения тесно связаны с возможностью осуществления взаимодействия между современными инновационными технологиями, процессом формирования и выбора оптимальных туристских маршрутов в различных дестинациях и организацией экскурсионного обслуживания. При этом данная тенденция характерна абсолютно для всех сегментов индустрии туризма. Не исключением в данном случае является и промышленный туризм, изначально тесно ориентированный на технологические аспекты производственно-хозяйственной деятельности в условиях конкретных промышленных объектов общего и специального назначения.

В настоящее время нет чётко регламентированных подходов к определению промышленного туризма как отдельной категории в связи с

достаточно большим разбросом мнений представителей научной общественности. Анализируя данные подходы, представленные в различных отечественных и зарубежных научных источниках [13,35,41,43,62,84,90,96, 97,107 и др.] можно отметить следующие общие черты, присущие промышленному туризму:

1. Тесная связь и первоисточник возникновения промышленного туризма – промышленное производство, его инфраструктура, прежде всего, в виде основных фондов – зданий, сооружений, технологических линий, промышленного оборудования, кадровый потенциал, отдельные оборотные средства, в том числе запасы и готовая продукция, а также сопутствующая деятельность (например, логистическое сопровождение в виде собственного автотранспорта как отдельного объекта показа) и т.д. Все вышеперечисленное и формирует структурную основу туристского потенциала промышленного туризма, конечно же, в зависимости от способности отдельных экономических субъектов к его комплексному развитию.

2. Промышленный туризм, прежде всего, сегмент активно развивающегося туристского рынка, который находится в тесной взаимосвязи с другими видами туризма, подчиняется общим тенденциям развития современной индустрии туризма и гостеприимства и имеет четкую структуру рыночных отношений, в рамках которых формируется:

-предложение туристского продукта, с учетом потенциала и способности отдельных промышленных организаций к выходу на туристский рынок и их стратегии по отношению к получению дохода от туристской деятельности на базе собственной инфраструктуры. Не менее важную роль в данном процессе играют и те туристские организации, которые участвуют в процессе создания и реализации организованных туров, осуществлении экскурсионного обслуживания, производства сувенирной продукции, разработке туристской навигации. В зависимости от того каким образом будет выстроено взаимодействие промышленного сектора и

туристских организаций зависит стабильность уровня предложения на данном рынке

-спрос на туристский продукт, в основе которого стремление потребителей туристских услуг к получению новых эмоций, знаний, навыков, умений в области, связанной с технологиями, промышленным производством, научно-техническим прогрессом и, наконец, с технологическими и продуктовыми инновациями в условиях реального или приближенного к реальному индустриального объекта. С позиции маркетингового подхода, спрос на промышленный туризм формируется под воздействием следующих ключевых факторов, определяющих положительное решение о совершении покупки:

-цены на промышленный тур, которая будет либо коррелировать с аналогами на рынке, либо значительно отличаться от них в зависимости от предполагаемой стратегии ценообразования. Например, использование инструмента повышения цены в условиях экскурсионного показа уникальных технологических разработок в области квантового излучения или лазерного приборостроения. Однако, расчет цены на предполагаемый туристский продукт будет зависеть от многих факторов, в том числе и от уровня доходов потребителя,

-самой услуги, способа ее подачи, организации технологического процесса, транспортного и логистического обеспечения с точки зрения интересов не только группы туристов, но и каждого индивидуального туриста в группе. В современных условиях одним из ключевых свойств самой услуги следует признать уровень ее возможной диверсификации в зависимости от потребностей и запросов клиентов. В связи с этим произошел постепенный плавный переход от исключительно экскурсий на промышленные предприятия, что, собственно, представляли собой первые туры промышленного туризма, к более сложным и комплексным туристским продуктам, ориентированным на совершенно разные сегменты потребительского рынка,

-ключевых каналов сбыта данного рода туров с постепенным переходом от прямого взаимодействия с туристами (канал «промышленное предприятие -индивидуальный турист») к привлечению посреднических организаций (канал «промышленное предприятие – посредник -индивидуальный\организованный турист») с последующим переходом к использованию информационных технологий (сети Интернет в контексте создания отдельного портала, направленного на обслуживание туристского потока, социальных сетей в контексте создания пользовательских страниц и аккаунтов самого промышленного объекта и т.д.). В настоящее время развитие каналов сбыта туристских продуктов, в том числе промышленного туризма, целенаправленно ориентировано на повышение роли цифровых технологий и инноваций, которые позволят добиться высокого уровня взаимодействия между создателем тура или проекта и непосредственным потребителем в целях снижения стоимости туристского продукта и исключения добавленной стоимости услуг посреднических организаций,

- система продвижения промышленных туров, которая включает в себя, прежде всего, правильное позиционирование и рекламную деятельность, направленную на стабильный рост уровня продаж вне зависимости от степени влияния кризисных явлений экономической и внеэкономической природы. Не менее важным представляется и формирование системы связи с общественностью, так именно популяризация промышленных туров с точки зрения определенной пропаганды их объективных положительных характеристик и значимости для отдельных категорий потребителей может оказать решающее воздействие на мотивацию потребителя при осуществлении покупки тура.

3. Не менее важным следует признать тот факт, что промышленный туризм является объектом государственного регулирования, что накладывает целый ряд обязательств на организаторов туров промышленного туризма в соответствии с нормами действующего законодательства. При этом влияние государства следует рассматривать не только с точки зрения контрольных или

ограничительных мероприятий, но и в контексте получения возможных вариантов поддержки для развития предпринимательских проектов в сфере промышленного туризма, в том числе в условиях реализации и расширения разнообразных проектов государственно-частного партнерства в целях совершенствования рынка промышленного туризма.

4. Промышленный туризм, в большей степени, ориентирован на получение положительного коммерческого результата, который будет соответствовать соизмеримости инвестиционных затрат на развитие данного направления в условиях конкретного объекта промышленной инфраструктуры с учетом необходимости проведения реконструкции, нового строительства, модернизации и т.п., однако, может быть связан и с социальной направленностью с точки зрения высокого уровня потенциала для привлечения детей и молодежи на рынок труда [16,25,57].

5. По нашему мнению, в целом эволюционное развитие промышленного туризма можно рассмотреть в контексте изменения ключевых подходов к его сущности и роли как с точки зрения отдельного вида туризма со своими собственными проблемами и тенденциями, так и с точки зрения возможности его коммерциализации в рыночных условиях. В связи с этим представляется целесообразным рассмотреть три концептуальных уровня определения сущности категории «промышленный туризм» (рисунок 1.1):

-узкая (классическая) трактовка, которая соответствует традиционным представлениям о сфере промышленного туризма и его взаимосвязи с промышленным производством,

-«расширенная трактовка», ориентированная на интенсификацию существующего уровня промышленного туризма,

-«широкая трактовка» коррелируется с уровнем развития цифровизации и направлена на унификацию подходов к различным видам туризма, в основе туристского потенциала которых – технологические особенности осуществления определенного вида экономической деятельности вне

зависимости от прямой связи с промышленным производством или определенным видом туризма.



Рисунок 1.1 – Возможные подходы к трактовке сущности промышленного туризма как отдельной научной категории экономики сферы услуг (авторские разработки)

По нашему мнению, можно говорить о двух основных направлениях эволюционного развития промышленного туризма в контексте происходящих технологических изменений и совершенствования социально-экономической системы в условиях инновационной экономики (рисунок 1.2).



Рисунок 1.2 – Тенденции эволюционного развития промышленного туризма в условиях инновационной экономики (составлено автором)

Как видно из представленного рисунка, можно выделить две общие тенденции, свидетельствующие о значительных изменениях промышленного туризма как сектора индустрии и специфического вида туризма в современных условиях, в том числе:

-постепенная трансформация промышленного туризма как отдельного вида туризма и его преобразование в более широкую категорию «производственно-технологический туризм». В условиях цифровизации закрепляется качественный переход промышленного туризма из категории обособленного вида туризма, ориентированного исключительно на индустриальное производство к туристской деятельности, связанной с созданием туристским продуктом, в основе которых ознакомление, в разных формах и методах, потребителей туристских услуг с разработкой, производством и реализацией любых экономических благ (товаров и услуг),

Таким образом, предпринимательский сектор промышленного туризма расширяет спектр возможных направлений проектирования и реализации продуктов и услуг для потребителей с исключительно промышленных объектов до любых объектов, задействованных в производстве экономических благ. Данная тенденция позволяет не только расширить объем предложения на рынке, но и выделить новые потенциальные сегменты потребителей как в условиях международного, так и внутреннего туризма,

-расширение практики применения ИКТ и цифровых технологий как ключевого объекта экскурсионного показа, так и способа передачи информации в условиях промышленного туризма. Данная тенденция также является определенной закономерностью, которую необходимо учитывать в условиях изменения бизнес-среды и трансформации всего рынка туристских услуг,

-развитие промышленного туризма в условиях цифровизации предполагает постоянные изменения как самой структуры и наполнения туристского продукта, так и системы маркетингового и логистического обслуживания данных туров. Не менее важной остается и подготовка

специализированных кадров для сферы промышленного туризма, важность подготовки которых отнюдь не снижается даже в условиях более широкого использования технологических инноваций, например, при организации туристского и экскурсионного обслуживания. Представленные рассуждения свидетельствуют о том, что цифровая трансформация не способна, в настоящее время, полностью лимитировать влияние человеческого фактора в процессе проектирования и реализации туров промышленного туризма,

-представленный рисунок также отражает причинно-следственную взаимосвязь различных видов туризма и промышленного туризма как совокупной категории, объединяющей различные направления туристской деятельности, связанной с организацией экскурсионного обслуживания в условиях любых субъектов предпринимательской деятельности, которые занимаются разработкой, производством и реализацией любых экономических благ (товаров и услуг) и готовы обеспечить высокий уровень качества туристских услуг. Это означает, что следует рассматривать промышленный туризм как комплексную экономическую категорию межотраслевого характера, а не только исключительно как узкий сегмент туристского рынка.

На представленном выше рисунке обозначен и ряд программных мероприятий по реализации эволюционных тенденций в сфере промышленного туризма, которые, во многом, тождественны друг другу (например, подготовка абсолютно новых кадров для индустрии промышленного туризма с условием освоения цифровых технологий и повышение квалификации существующих с перенесением компетенций организации экскурсионного обслуживания с промышленных на иные производственные объекты и т.п.).

Все вышперечисленное, необходимо принимать во внимание при осуществлении оценки условий формирования и развития рынка промышленного туризма в России.

1.2. Оценка условий формирования и развития рынка промышленного туризма

Активное развитие туризма как отдельного сектора сферы услуг в последние десятилетия создало дополнительные возможности не только для увеличения валового внутреннего продукта отдельных стран, занимающихся последовательным продвижением собственных туристских дестинаций, пополнения доходной части бюджета за счет налоговых поступлений от соответствующих профильных организаций, формирования и развития рынка труда по новым профессиям в сфере туризма и рекреации, но и позволило сформировать определённые устойчивые и взаимовыгодные для всех участников рыночные отношения в данной сфере.

Возвращаясь к истории развития туризма, во многом данная сфера зарождалась как определённое точечное взаимодействие между теми, кто предоставляет услуги и ограниченным кругом потребителей, которые располагали необходимыми средствами для совершения поездки как с религиозными целями, так и с точки зрения совершения лечебно-оздоровительных процедур. В то время туризм следует рассматривать скорее, как инструмент достижения необходимых жизненно важных результатов для конкретной ограниченной массы потребителей, готовых к расходованию средств в связи с внутренними побуждениями или насущной необходимостью.

Естественно, в таких условиях сложно говорить о рыночном характере туризма и потребовалось значительное количество времени для того, чтобы взаимодействие между потребителем туристских услуг и производителем туристского продукта перешло в сферу рыночных отношений на постоянной основе. Благодаря данному переходу, туризм как общий рынок стал приобретать определённую независимость его сегментов, которые стали вызывать определённый интерес и спрос со стороны ограниченных сегментов потребителя.

В начале данного разделения преобладали наиболее массовые виды туризма (санаторно-курортный и лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, пляжный и т.д.), рыночное развитие которых было инициировано за счет достижения определенного эффекта от масштаба деятельности, то в последние год усиливаются и активно развиваются более специфические виды туризма, в том числе промышленный туризм, которые самостоятельно не способны достигнуть тех показателей объема туристских потоков, которые характерны для более массовых направлений туристской деятельности. Однако, усиление общемировых тенденций, связанных с изменением потребительского поведения, ориентацией на поиск новых впечатлений и желанием овладеть новыми знаниями и навыками, которые могут быть полезны не только с точки зрения личных интересов или хобби, но и с профессиональной точки зрения.

Необходимо также отметить, что промышленный туризм достаточно долгое время был связан с дополнительным экскурсионным обслуживанием и ориентирован исключительно на ограниченное число потребителей. Фактически, формировалась определенная психология поведенческого потребления, когда отсутствовало восприятие промышленных туров как независимого туристского продукта, способного на своей основе сформировать предложение как со стороны непосредственных собственников промышленных объектов, заинтересованных в получении дополнительной прибыли не только от отдельных и фрагментарных экскурсий на действующее предприятие, но и постоянного, нормируемого дохода от организованных потоков туристов как самостоятельных, так и в составе туристских групп, посредством привлечения посреднических организаций.

К числу таковых можно отнести как независимых многопрофильных или специализированных туроператоров и турагентов, функционирующих на туристском рынке, так и посредников, непосредственно аффилированных с промышленным объектом.

Актуализация данного перехода способствует началу формирования и последующего развития полноценного рынка промышленного туризма, что и является определенной тенденцией последнего десятилетия. Как показывают исследования ряда авторов по оценке отечественного и зарубежного опыта в описываемой сфере [12,17,92,95], при правильном проектировании и последующем продвижении туров в сфере промышленного туризма весьма возможно привлечь достаточно большое количество потенциальных потребителей из различных сегментов рынка.

Вместе с тем, для успешного функционирования рынка промышленного туризма должны быть созданы определенные организационно-экономические и социально-психологические условия, которые могли создать определенные функциональные возможности для качественного предоставления услуг потребителю с одновременным повышением роли данного туристского сегмента для дестинации, региона и, в конечном итоге, всей национальной экономики. При этом необходимо отдельно отметить, что данные условия – результат перекрестного взаимодействия всех участников рыночного процесса, а не только его отдельных представителей или субъектов управленческих решений.

В противном случае вряд ли можно говорить о сбалансированном и индивидуализированном развитии рынка промышленного туризма как полноценного сегмента не только индустрии туризма, но и сферы услуг. Значимость рынка промышленного туризма для сферы услуг следует особо подчеркнуть в связи с тесной взаимосвязью данного сектора с такими сегментами сервисной экономики как рынок образовательных услуг, рынок услуг промышленным предприятиям, в том числе консалтинговые и инжиниринговые услуги, подготовка кадров для сервисной экономики и т.д.

Резюмируя вышесказанное, в качестве основных предпосылок формирования и развития рынка промышленного туризма, в том числе с учетом особенностей социально-экономических процессов в российских условиях, можно отметить:

-устойчивый технологический рост промышленного производства в развитых странах, начало которого было predeterminedено Первой промышленной революцией и постепенным повышением темпов индустриализации, а также преобразованиями самих технологических процессов, которые постепенно стали представлять определенный интерес для отдельных целевых групп. Именно интерес к промышленной технике и новинкам технической продукции создавал первооснову для появления промышленного туризма и его эволюционного превращения из обычных экскурсий на действующее производство в отдельный сегмент туристского рынка, который может обеспечить необходимый уровень экономической эффективности для субъектов хозяйственной деятельности,

-с другой стороны, развитие промышленного туризма не было бы возможным без устойчивого роста самой индустрии туризма и гостеприимства и повышения уровня ее значимости до ключевой отрасли сервисной экономики, формирующей доходную часть бюджетов не только отдельных дестинаций, обладающих высоким туристско-рекреационным потенциалом и привлекательностью для государственных и корпоративных, в том числе зарубежных, инвесторов, но и для целых государств. Общая тенденция роста туристского рынка позволила повысить уровень предпринимательской активности и для развития сегмента промышленного туризма,

-наконец, ключевой предпосылкой для роста уровня предложения туристского продукта на рынке промышленного туризма стало потребительское поведение и роста спроса на туристские услуги в общем, изменение которого было продиктовано как повышением благосостояния населения во многих странах мира, в том числе и в России, так и чисто социально- психологическими аспектами (стремление к расширению кругозора в области современной техники и технологических инноваций, повышение роли самообразования, стремление к получению новых эмоций как ключевой двигатель так называемой экономики впечатлений и т.д.).

Однако, наличие предпосылок для развития того или иного вида туризма, как и в случае с промышленным туризмом, не дает четкой гарантии с точки зрения возможных перспектив его распространения в той или иной дестинации. Для этого необходимо наличие ряда взаимосвязанных условий, которые создадут возможности для разработки и реализации туров и программ, связанных с промышленным туризмом как в контексте его узкой трактовки, так и с точки зрения более широких подходов к определению его рыночных субъектов.

Основываясь на анализе ряда научных источников по проблематике развития туристского рынка и индустрии туризма в современных условиях [27,61,67,91,96 и др.], можно рассмотреть общую концепцию формирования и развития рынка промышленного туризма на базе определения ключевых условий, источников их возникновения и последующего воздействия в современных социально-экономических системах (рисунок 1.3).

Представленный рисунок акцентирует внимание на необходимости анализа и оценки условий формирования и развития рынка промышленного туризма, прежде всего, на уровне конкретных дестинаций, которые обладают определенным уже сформированным и\или планируемым к формированию потенциалом именно для данного вида туризма. Рассматривая промышленный туризм в классической («узкой») трактовке, можно обозначить следующие ключевые типы такого рода дестинаций:

1. Дестинации, по преимуществу, крупных городов, имеющих статус столицы государства в настоящее время, либо обладавших таким статусом во время процесса активной урбанизации и индустриализации. При этом необходимо учитывать как общий характер и ориентацию самой национальной экономической системы, так и экономический профиль подобного рода населенного пункта. Например, столицы государств, имеющих аграрный характер производства (подавляющее большинство столиц стран Экваториальной, Западной и Восточной Африки, ряд столиц Центральной Америки и т.д.) или, наоборот, ориентированные на активное

продвижение отдельных видов услуг (Сингапур, Гонконг, столицы стран Карибского бассейна и т.д.), далеко не всегда обладают промышленными объектами, которые могут вызвать интерес у тех или иных сегментов потребителей. В условиях РФ, естественно, под данную категорию попадают такие города как Москва и Санкт-Петербург, а также их ближайшие агломерации.



Рисунок 1.3 – Общая концепция формирования и развития рынка промышленного туризма (авторские разработки)

2. Дестинации крупных и средних промышленно-ориентированных мегаполисов и городов, имеющих значительную историю своего развития как части индустриального комплекса той или иной страны и обладающих действующими производствами, которые могут вызвать интерес у туристов с точки зрения их посещения в рамках комплексных туров в дестинацию. В России среди наиболее значимых дестинаций такого рода можно отметить такие крупные города -миллионники как Екатеринбург, Казань, Нижний Новгород, Новосибирск, Самара и т.д., а также крупные промышленные центры – Иркутск, Магнитогорск, Тверь, Тула, Кемерово, Красноярск и ряд других,

3. Дестинации, промышленный туризм в которых связан с возможностью интерактивного показа и демонстрации ключевых достижений в сфере инновационного промышленного производства постиндустриального характера, связанного с активным внедрением ряда цифровых технологий и искусственного интеллекта в различных отраслях и сферах экономической активности. В РФ наибольшую известность получили дестинации двух российских городов – Сколково (Московская область) и Иннополис (Республика Татарстан). Первая дестинация с точки зрения промышленного туризма, в большей степени, ориентирована на проведение различных событийных мероприятий локального, национального и международного характера, связанных с цифровизацией российской экономики, в том числе и промышленного производства. Среди наиболее интересных и актуальных, планируемых в 2023 -2024 гг., следует отметить такие деловые мероприятия различного масштаба и формата как:

-конференция выпускников Президентской программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации с международным участием (17 ноября 2023 г.),

-научно-методический семинар «Налоговые льготы «Сколково» и льготы ИТ маневра. Практика и вопросы применения» (21 ноября 2023 г.),

-«ESG Talks» - еженедельные диалоги про устойчивое развитие на платформе Технопарка "Сколково" (08 Ноября - 24 Июля 2024 гг.),

-практическая тренинг-конференция «OPEN SPACE MINDFULNESS & BUSINESS» (24 Ноября 2023 г.) и многие другие [115].

Вторая дестинация, наряду с событийной и деловой составляющими развития промышленного туризма, активно позиционирует себя на рынке образовательного туризма на базе одноименного Университета (например, реализация целого комплекса краткосрочных программ повышения квалификации, связанных с автоматизацией обслуживания электроустановок с использованием цифровых технологий, управлением цифровой трансформацией на промышленных производствах, автоматизированное тестирование ПО на Java и т.д.) [114] и экскурсионного обслуживания с точки зрения как однодневных групповых и индивидуальных экскурсий, в том числе для детей и юношества, так и формирования комбинированных туров, в рамках которых туристы могут посетить помимо Иннополиса столицу Татарстана – Казань, а также выехать в такие исторические пригороды как Государственный историко-архитектурный и художественный музей «Остров-град Свияжск» [116], а также Болгарский историко-архитектурный музей-заповедник, связанный с историческим и культурным наследием Волжской Болгарии и Золотой Орды[117].

4. Дестинации, в основе которых интерес туристов к промышленным достижениям и объектам одного градообразующего предприятия, что особенно характерно в условиях относительно небольших по размерам и численности населения российских моногородов и закрытых административно-территориальных образований (ЗАТО). В данном случае речь идет о необходимости создания целого ряда дополнительных условий для повышения туристской привлекательности подобного рода программ промышленного туризма – от обеспечения возможности беспрепятственного посещения моногорода туристами (при наличии потенциальных ограничений в связи с определенным уровнем секретности, как, например, в случае таких

российских городов как Мирный (космодром Плесецк), Саров (разработка и производство ядерного оружия), Северск (производство обогащенного урана) и т.д.) до относительной транспортной доступности к более крупным городским агломерациям (как например, г. Сосновый Бор Ленинградской области (атомная электростанция), г. Ефремов (производство синтетического каучука) и г. Кимовск (производство и разработка радиоэлектронного оборудования и техники) Тульской области и т.д.) [119].

Однако, помимо вышеперечисленных базовых вариантов, список направлений промышленного туризма может быть расширен в случае выделения смежных областей взаимодействия данного вида туризма и других видов туризма. Среди наиболее распространенных вариантов следует упомянуть:

1. Дестинации, в которых на базе крупных (действующих или законсервированных) промышленных объектов, происходят различные событийные мероприятия, включая кинофестивали, музыкальные концерты, культурные мероприятия различного формата и направленности и т.д. Сюда же можно отнести и различные мероприятия в области делового туризма, которые могут быть непосредственно связаны с промышленным производством,

2. Дестинации, в условиях которых промышленный туризм находится в тесном переплетении с организацией музейного дела и предполагает наличие крупного музейного комплекса, ориентированного на популяризацию науки и промышленных инновационных технологий,

3. Дестинации, в условиях которых промышленный туризм активно взаимосвязан с образовательным туризмом для различных целевых групп потребителей – от проведения школьных профориентационных экскурсий до проведения полномасштабных исследований в рамках фундаментальных и прикладных наук технического и естественно-научного профиля,

4. Дестинации, связанные с недействующим промышленным производством, которое представляет определенный интерес для туристов с

точки зрения культурно-исторического потенциала и возможности осуществления научных изысканий в рамках исследовательского туризма и ряд других вариантов.

Кроме того, возвращаясь к теоретическим обоснованиям сущности промышленного туризма, представленным в предыдущем параграфе, можно также выделять дестинации, связанные с высоким туристским потенциалом самого технологического процесса в других отраслях национальной экономики, в том числе:

1. Дестинации, ориентированные на развитие кустарного, ремесленного производства как элемента туристского потенциала и основы для роста рынка сувенирной продукции в условиях обеспечения необходимого объема туристского потока. В отличие от промышленного туризма, в таких дестинациях ремесленное производство, художественные промыслы и т.п. способствуют туристской привлекательности дестинации, однако, чаще всего, не могут рассматриваться отдельно от других элементов туристского потенциала,

2. Дестинации, связанные с сохранением и развитием промышленности в условиях аграрного сектора – от участия в кормлении домашних животных и скотины до проведения винных туров. В данном случае, как уже указывалось ранее, туристов привлекает сам технологический процесс, связанный с сельским хозяйством, а не природно-рекреационный потенциал территории, как это можно рассматривать в условиях классических подходов к организации сельского туризма,

3. Дестинации, в рамках которых туристы могут наблюдать отдельные технологические процессы в области торговой деятельности и товароведения. Например, посещение туристами крупнейших рынков и ознакомления с отдельными технологическими операциями (например, процесс приготовления традиционных блюд, производство местных тканей или красящих веществ и т.д.),

4. Дестинации, технологические процессы в которых происходят в различных сегментах сферы услуг и вызывают определенный интерес у ряда туристов. При этом, наряду с классическими вариантами, могут быть и весьма уникальные проекты, связанные с промышленным производством и отдельными сегментами сферы услуг. Например, наличие действующего театра на территории функционирующего промышленного производства, что указывает на генезис промышленности, промышленного туризма и услуг в сфере культуры и досуга.

С учетом вышесказанного, можно говорить о том, что условия формирования и развития исследуемого рынка делятся на:

-*внешние*, которые носят общий характер и зависят от тех процессов или явлений внешней среды, которые оказывают влияние не только на конкретный сегмент рынка, но и на российскую индустрию туризма и гостеприимства, а также на весь международный рынок туризма. В соответствии с принципами классического подхода к анализу социально-экономических систем, данные условия не могут быть полностью изменены субъектами рынка и их воздействие предполагает необходимость принятия и реализации отдельных стратегий, направленных на адаптацию к влиянию как отдельных групп факторов, так и их совокупности в условиях рынка промышленного туризма на уровне дестинации, региона или страны.

Среди наиболее известных групп факторов, которые могут характеризовать данные процессы или явления внешнего характера можно отдельно отметить:

-макроэкономические факторы, связанные с общей экономической ситуацией в стране и мировой экономике,

-мезо-экономические факторы, определяющие и характеризующие уровень экономического развития отдельной дестинации или региона,

- политико-правовые факторы,

-социокультурные факторы и т.п.

По нашему мнению, внутренние условия формирования и развития рынка промышленного туризма находятся в плоскости трехстороннего взаимодействия ключевых участников (субъектов) рыночных отношений, а именно:

-государства как рыночного регулятора развития не только индустрии туризма посредством реализации инфраструктурных проектов и осуществления стратегической политики по модернизации отрасли в контексте сбалансированного роста и межотраслевого взаимодействия, но и всего производственно-хозяйственного комплекса, включая и предприятия сферы услуг, с точки зрения поддержки и стимулирования поиска источников дополнительного финансирования, что особенно актуально в условиях моногородов [21], а также тех туристских дестинаций, туристско-рекреационный потенциал которых не обладает широко известными объектами туристского показа, которые были бы способны привлечь необходимое количество туристов на постоянной основе в моногорода [56],

-предпринимательских структур, обладающих промышленными объектами и проводящих стратегию диверсификации бизнес-процессов за счет внедрения новых видов деятельности на постоянной и регулярной основе, что способствует формированию устойчивого предложения на рынке в условиях инновационной экономики [97],

-потребителей туристских продуктов, которые не только будут склонны к приобретению соответствующих туров в долгосрочной перспективе на постоянной основе, но и мотивированы к совершению покупки в связи с жизненными потребностями и привычкой к соответствующему ценностному поведению [38].

Более подробно внутренние условия формирования и развития рынка промышленного туризма и их внутренние системные элементы представлены на рисунке 1.4.



Рисунок 1.4 – Характеристика внутренних условий формирования и развития рынка промышленного туризма (составлено автором)

Как видно из представленного выше рисунка, гармоничное развитие рынка промышленного туризма как составной части индустрии туризма и гостеприимства, возможно только при условии активного взаимодействия всех ключевых участников данного рынка, которое было бы направлено на формирование единых позиций и подходов с точки зрения инфраструктурного, информационного, ресурсного и т.д. обеспечения туристской и инвестиционной привлекательности дестинаций, где находятся потенциальные объекты показа, которые могли быть основой для реализации программных туров и маршрутов, связанных с промышленным туризмом.

Например, реализация возможных государственных программ поддержки предпринимательских инициатив в области промышленного туризма должно соответствовать стратегическим направлениям развития конкретных промышленных предприятий или объектов, инфраструктура и технологические процессы которых могли бы вызвать интерес у определенного сегмента потребителя. С другой стороны, необходима оптимизация усилий ряда представителей туристской индустрии и самих промышленных предприятий с целью обоснования взаимовыгодной маркетинговой политики, направленной на реализацию ряда возможных стратегий продвижения туров, связанных с промышленным туризмом. В данном случае, представляется целесообразным, чтобы подобные методические подходы к организации и управлению промышленным туризмом могли быть распространены как на различные российские регионы, так и учитывали бы многообразие отраслей национальной экономики, не ограничиваясь исключительно промышленными сегментами.

Вместе с тем, большая часть принципиальных условий для возможности реализации программ промышленного туризма, по нашему мнению, связана с повышением внимания к данному виду экономической деятельности со стороны самих предпринимательских структур, которые могут иметь отношение к данному сегменту индустрии туризма и гостеприимства.

1.3. Характеристика основных участников рынка промышленного туризма

Как уже было отмечено в предыдущем параграфе, важное значение для реализации перспективных проектов в сфере промышленного туризма следует признать не только условия и предпосылки для создания и реализации отдельных туров в рамках общего туристского пространства и единой государственной политики в сфере рекреации и туризма на уровне страны или дестинации, но и наличие полноценных рыночных субъектов, которые были бы заинтересованы в подобного рода туристском продукте и были бы способны прийти к равновесной рыночной цене, которая бы обеспечивала устойчивый рост туристского потока и достаточно выгодные экономические условия функционирования на данном рынке сферы услуг.

Учитывая традиционные представления о структуре и субъектах туристского рынка и сферы услуг в целом ([18],[51],[63],[73]), основными участниками рынка промышленного туризма следует признать:

-государство в лице органов государственного управления на различных уровнях, регламентирующих и регулирующих рынок промышленного туризма в контексте обеспечения соответствия качества и структуры предоставляемых услуг требованиям как общего национального законодательства, так и с точки зрения более узкоспециализированных нормативных актов, предназначенных для регулирования туристской индустрии. Кроме того, в отдельных случаях, государство, в лице отдельных инфраструктурных объектов промышленного назначения ГУПов и МУПов, может выступать и в качестве площадки для реализации программ и проектов в сфере промышленного туризма.

Ключевые аспекты государственного регулирования туристского рынка в России, в том числе промышленного туризма, отражены в научных работах таких авторов как Антонец В. Г. [15], Загрияева А.А. [31], Иванов М. В. [36], Михин А. Э. [47], Танина А. В. [60], Якимчук Н. Н. [75] и др.

Основная цель государства на данном рынке должна соответствовать общему направлению обеспечения устойчивого регионального развития за счет совершенствования объектов туристской инфраструктуры и достижения необходимых параметров структуры и объема туристского потока с целью роста доходной части бюджетов различного уровня.

Одной из принципиальных задач государства в условиях данного вида туризма является нормативно-административное и экономическое регулирование стратегических взаимных приоритетов и сфер взаимодействия между индустрией туризма и промышленным сектором, в результате которого данный вид туризма может стать дополнительным источником получения внебюджетного дохода для индустриальных предприятий в условиях кризисных явлений и снижения объемов выпуска основной продукции. Соответственно, развитие промышленного туризма может оказать положительное влияние на индустриальный сектор национальной экономики, что, однако, потребует определенных экономических вложений на создание и реализацию подобного рода туров.

Весьма важным аспектом поддержки развития промышленного туризма со стороны государства должно быть закрепление статуса промышленного туризма как отдельного, перспективного вида туризма не только с точки зрения стратегического развития отдельных туристских дестинаций или макро-территорий, но и в контексте четкой структуризации самой технологии проведения туров в зависимости от выбора той или иной дестинации. Среди наиболее актуальных аспектов государственного регулирования необходимо признать:

1. *В контексте организационной структуры государственного управления рынком промышленного туризма:* четкое институциональное закрепление ответственности и обязанностей в рамках процесса создания и развития комплексных программ промышленного туризма как на федеральном уровне, так и на уровне дестинаций и регионов.

В первом случае можно предполагать административное подчинение конкретному министерству или федеральному агентству для снижения риска возникновения межведомственных разногласий с одновременным снижением уровня бюрократической нагрузки на предпринимательский сектор, занятый в реализации данных программ. Аналогичные параллели можно провести и с точки зрения регионального уровня, который наряду с обычными организационными структурами в виде региональных министерств, департаментов и комитетов, может предполагать создание специализированных подведомственных организаций, деятельность которых связана с поддержкой проектов в области промышленного туризма, так и интегрированных структур – кластеров, ассоциаций и т.д. [30]

2. В контексте нормативно-правовой регламентации и характеристики как вида туризма, предполагающего синергетическое взаимодействие различных секторов национальной экономики:

-признание промышленного туризма в качестве отдельного вида туризма с точки зрения существующей нормативно-правовой документации, прежде всего основных законодательных актов, регламентирующих туристскую деятельность в стране,

-характеристика уровня его приоритетности для отдельного государства или дестинации в рамках общей государственной политики в области туризма в зависимости, прежде всего, от уровня располагаемых туристских ресурсов и способности к их рациональному управлению,

-закрепление данного вида туризма в целевых программах, стратегиях развития на региональном уровне, национальных проектах и т.д.

-необходимость разработки государственного стандарта, который бы учитывал специфику промышленного туризма с точки зрения его основных функциональных характеристик и требований. Среди наиболее значимых положений данного стандарта можно отдельно обозначить:

1. Требования по обеспечению безопасного пребывания на территории промышленного объекта в зависимости от характера самого производства

(действующее, консервация производства, объект культурного наследия без эксплуатации и т.д.) или его отраслевой принадлежности. Например, можно отметить значительное различие в вопросах практического обеспечения безопасности туристов при посещении угольного разреза или мукомольного производства. Таким образом, необходимо не только регламентировать сам процесс пребывания туриста на промышленных объектах, но и соотносить данные с требованиями с характером производственных процессов, что потребует наличие определенной взаимосвязи с уже действующими стандартами в области промышленного производства

2. Требования к уровню подготовки как организаторов туров и экскурсий на промышленные объекты, так и непосредственно к экскурсоводам. В данном случае представляется весьма важным наличие определенных знаний и навыков у перечисленных выше лиц, которые позволили бы обеспечить достойный уровень качества реализуемых туров.

3. Наличие отдельной регламентации процесса организации и проведения событийных мероприятий на территории промышленных объектов, которые бы содержали методику расчета максимального туристского потока и пропускной способности объекта, порядок проведения событийных мероприятий в условиях различных промышленных объектов, требования к возрасту и другим характеристикам потребителей услуг данного направления событийного туризма.

4. По аналогии с событийными мероприятиями необходимо, также в тексте данного стандарта, определить возможности развития других видов туризма или смежных отраслей, проекты в рамках которых могли бы быть реализованы в условиях промышленного производства при этом не приводя к снижению качества услуг в сфере промышленного туризма.

-возвращаясь ко второму пункту представленного выше потенциального государственного стандарта организации предоставления услуг в сфере промышленного туризма, весьма значимым аспектом участия государства является создание образовательной системы, которая бы соответствовала

запросам рынка и могла бы обеспечить подготовку кадров необходимой квалификации для данного сегмента туристского рынка. При этом в качестве кадров сферы промышленного туризма можно отдельно выделить как организаторов данного бизнеса, так и обслуживающий персонал, без которого невозможно осуществление тех или иных туров. В отличие от классических представлений о формировании компетенций для сотрудников туристской индустрии, необходимо учитывать значительную специфику промышленного туризма и определенную объективную сложность для обучения персонала с точки зрения его адаптации к технологическим особенностям самого промышленного производства.

С другой стороны, социально-экономическое обеспечение развития промышленного туризма, в меньшей степени, должны возлагаться на государство в лице определенных органов управления экономическим развитием на региональном или отраслевом уровне, по целому ряду причин, среди которых можно отметить:

- относительно небольшой спрос на услуги промышленного туризма со стороны населения по сравнению с многими приоритетными видами туризма (например, культурно-познавательным, образовательным и т.д.);

- сложность адаптации туров промышленного туризма в условиях въездного туризма в связи с необходимостью разработки отдельного контента на иностранном языке, подготовки соответствующего обслуживающего персонала, которые бы владели не только исключительно компетенциями в области, например, организации и проведения экскурсий на промышленных объектах на иностранном языке, но и были бы способны ориентироваться в вопросах производственно-технологической специфики, в том числе отвечая на дополнительные вопросы экскурсантов, которые могут возникать в процессе реализации туров промышленного туризма,

- отсутствие четкого социального характера данного вида туризма по сравнению, например, с военно-патриотическим, лечебно-оздоровительным, медицинским и другими видами, целью реализации которых является

повышение эффективности решения многих социальных проблем, актуальных для страны и российского общества,

-необходимость значительных вложений в развитие инфраструктуры промышленного туризма, особенно при условии значимости их восстановления или обновления в целях возможности демонстрации потенциальным экскурсантам. При этом данная проблема актуальна не только в условиях консервации производства, но и в условиях действующего промышленного предприятия,

-неотрегулированные вопросы собственности на отдельные промышленные объекты, наличие конфликта интересов между отдельными собственниками или акционерами существующих промышленных предприятий,

-относительно невысокий уровень эффективности вложений в развитие промышленного туризма как основного направления деятельности предпринимательского субъекта с точки зрения прямого финансирования из бюджета или субсидирования в рамках проектов государственно-частного партнерства и т.д.

Вместе с тем, возвращаясь к представленному ранее рисунку 1.4, можно говорить о том, что продуманная стратегия государства по отношению к промышленному туризму как отдельному сегменту туристского рынка будет способствовать созданию условий для его развития и роста, что особенно актуально в условиях необходимости диверсификации туристской деятельности на уровне отдельных дестинаций.

-предпринимательский сектор, субъекты которого задействованы в создании и реализации проектов и туров в сфере промышленного туризма. Как и в случае остальных сегментов индустрии туризма и гостеприимства, именно предпринимательский сектор фокусирует на себе ключевые риски, а также потенциальные убытки и незапланированные расходы, связанные с организацией туров промышленного туризма.

Отдельно следует обозначить несколько важных методических подходов, на базе которых в последующем можно сформировать определенные бизнес-модели организации и управления в сфере промышленного туризма, которые соответствуют как особенностям технологического обеспечения и сопровождения туров промышленного туризма, так и учитывают характеристики туристских ресурсов дестинации.

Данные методические подходы учитывают роль предпринимательского сектора в сфере промышленного туризма в зависимости от ряда условий ведения хозяйственной деятельности (рисунок 1.5).

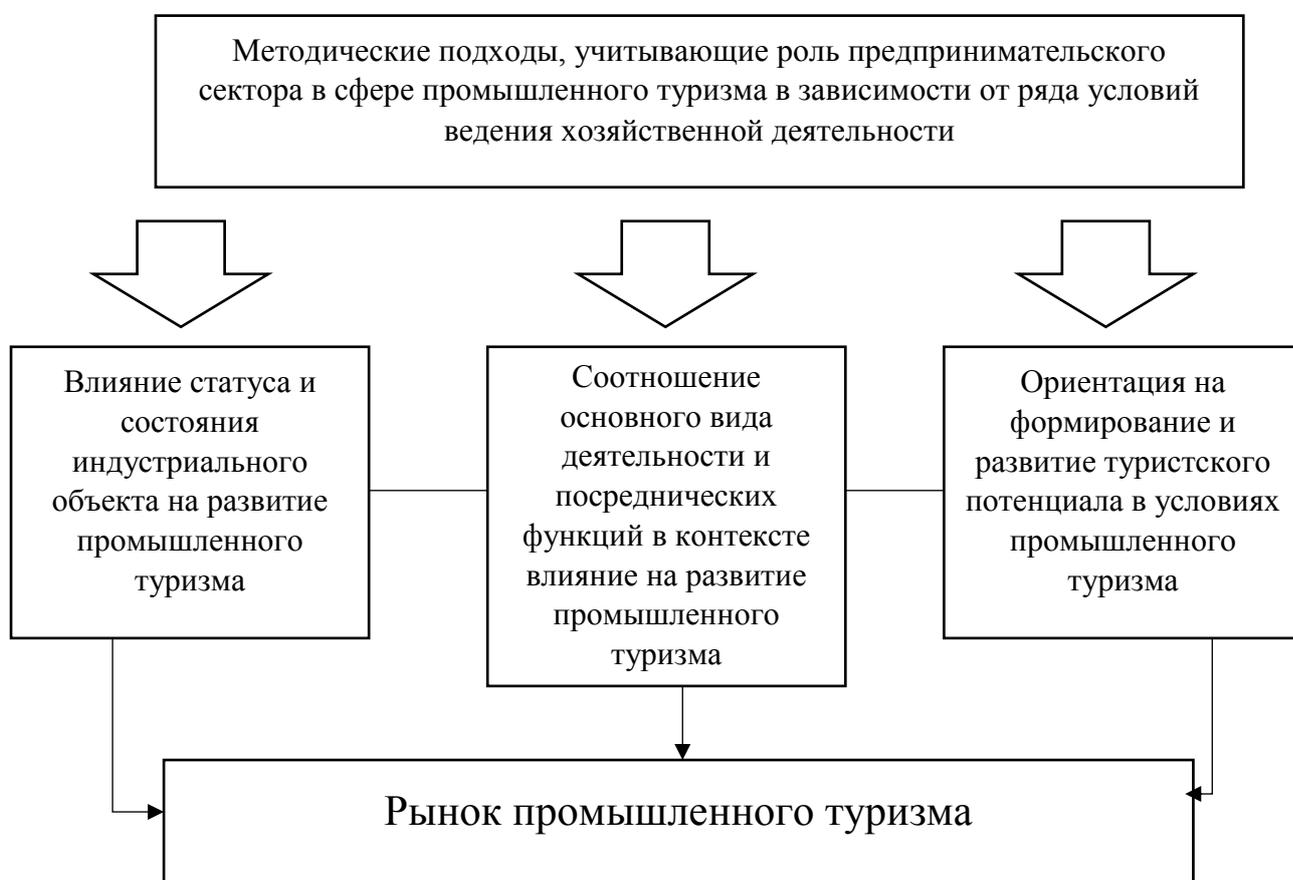


Рисунок 1.5 – Методические подходы, учитывающие роль предпринимательского сектора в сфере промышленного туризма (авторские разработки)

Принципиальным с точки зрения создания и реализации туров промышленного туризма, по нашему мнению, следует рассматривать первый

подход, который учитывает статус промышленного объекта в контексте непосредственного осуществления основного вида деятельности. В данном случае, на основании изучения ряда научных источников, характеризующих практику организации промышленного туризма в российских регионах [14, 34,46,48,52,55], можно отдельно охарактеризовать такие варианты как:

1. действующее промышленное производство, которое предполагает адаптацию программ туризма к промышленному производству с учетом целого ряда требований к охране коммерческой тайны, безопасности, в том числе информационной, санитарного характера и т.д. В данном случае речь, в большей степени, идет об организованном туризме, и об ограничении возможностей туристского показа в зависимости от каждого конкретного предприятия.

Исключением может являться такое промышленное производство, относящееся скорее к малому или среднему бизнесу, которое в первую очередь заинтересовано в привлечении туристов как с целью организации самого тура, так и с точки зрения мотивации их к совершению покупки. В качестве яркого примера можно обозначить ювелирное производство во многих странах Южной и Юго-Восточной Азии (Индия, Таиланд, Бангладеш и т.д.), когда турист может не только приобрести различные ювелирные изделия разного качества и по соответствующей цене в торговом помещении при фабрике, но и ознакомиться с традиционными и инновационными способами ювелирного дела, например чеканкой, огранкой драгоценных камней и т.д. непосредственно в производственных помещениях,

2. законсервированное промышленное производство, в большей степени ориентировано на развитие туристской деятельности, однако, конкретная реализация туров будет зависеть от уровня состояния (изношенности) инфраструктуры промышленного объекта, транспортной удаленности, наличия штата действующих работников и т.д. В качестве примера можно привести опыт посещения туристами угольных шахт в некоторых европейских странах, прежде всего в Великобритании, подавляющая или большая часть из

разрезов которых находится на длительной консервации с точки зрения добычи природных ископаемых как весьма затратного и неэкологичного энергетического ресурса, но может представлять интерес для потенциального, прежде всего внутреннего, туристского потока.

3. *недействующее промышленное производство*. Данный вариант, в свою очередь, предполагает выделение целого ряда возможных вариантов, среди которых использование данного объекта исключительно в туристских целях, например организация событийных мероприятий в сфере гастрономического или культурно-познавательного туризма, проведение отдельных экскурсий в организованном порядке при согласовании с собственником помещений или бывших производственных цехов, и, наконец, самовольное посещение промышленной территории без согласований с собственником или органами территориального управления с определенным риском для туриста.

В качестве примеров данного варианта можно привести:

-использование недействующих производственных и складских помещений «Севкабель Порт», который вошел и занял первое место в ТОП-15 самых популярных завораживающих уголков России с точки зрения "National Geographic Россия" и "Google Карты" [149], для организации разнообразных туристских событийных мероприятий совершенно различного характера – от концертных и фестивальных выступлений до этнографического туризма. Отдельно следует отметить высокую эффективность взаимодействия и целенаправленную политику на привлечение резидентов данного туристского кластера, ориентированного, в том числе, и на промышленный туризм. Например, при заполнении электронной анкеты резидента учитываются такие экономические параметры как количество посетителей в месяц, средний чек, постоянное число сотрудников на рабочем месте, площадь желаемых помещений для организации предпринимательской деятельности, требуемая энергетическая мощность и, даже, система налогообложения [118].

-активное развитие как самостоятельного, так и организованного туризма в зону Чернобыльской АЭС. По официальным данным Государственного предприятия «Центр организационно-технического и информационного обеспечения управления зоной отчуждения» с начала 2020 года Чернобыльскую зону посетили 31720 человек. Это меньше, чем за аналогичный период 2019 года, что было обусловлено последствиями пандемии коронавируса [150]. Туристы могут осмотреть оставшиеся сооружения, включая разрушенный реактор №4 и новую защитную оболочку, установленную над ним. Также популярны экскурсии в «Зону отчуждения» — ограниченную зону вокруг Чернобыльской АЭС [151].

Отдельное внимание можно уделить вопросам продвижения подобного рода туров. Степень влияния организаторов тура или самого промышленного предприятия на потребителя в сфере промышленного туризма значительно ниже нежели чем возможные другие источники информации, которые зачастую, носят отнюдь не рекламный, а информационный характер. Например, мини-сериал ГБО Чернобыль увеличил туризм на ядерной площадке на 40 процентов [148]. Данный факт необходимо учитывать при разработке стратегий развития промышленного туризма в условиях российских дестинаций.

-посещение подземной инфраструктуры и инженерных коммуникаций городских, в том числе промышленных, сооружений. Данный пример как раз указывает на нелегальный, экстремальный туризм, который ведет к серьезным как юридическим, для организаторов подобного рода запрещенных туров, так и медицинским, для самих туристов, последствиям. Например, в августе 2023 г. группа из восьми человек погибла в коллекторе реки Неглинка в результате затопления сточными водами, отправившись на экскурсию по подземной Москве [152].

Данный показательный и трагичный пример свидетельствует об опасности пусть даже и организованного экстремального туризма, связанного с посещением промышленных объектов, в том числе подземной инженерной

коммуникации, а также о необходимости повышения уровня регулирования и противодействия данному виду туристской деятельности не только со стороны государства, но и со стороны туристской общественности, прежде всего туристских объединений и ассоциаций, и самих потребителей, которые и формируют спрос на такого рода туры.

4. *реструктурированное (закрытое) промышленное производство, площади которого подпадают под другие варианты использования.* В данном случае мы говорим о возможностях изменения профиля не самого промышленного предприятия, которое на данный момент уже не функционирует и не существует, а скорее тех площадей и инженерных коммуникаций, которые остались на его месте. Использование данных площадей может учитывать не только исключительно их перепрофилирование под жилищную или коммерческую застройку, но и реализацию определенных туристских проектов, которые бы использовали не только само место локализации, но, и возможно, бренд бывшего промышленного объекта в целях превращения его в определенный элемент туристского потенциала дестинации,

5. *создание нового промышленного предприятия, предполагающее параллельное развитие туров промышленного туризма.* Здесь, прежде всего, следует упомянуть о совершенно новых инновационных предприятиях, ориентированных на разработку и внедрение отдельных цифровых технологий и решений. Особенно интересно, с точки зрения повышения уровня туристской привлекательности, развитие туров промышленного туризма на предприятиях, деятельность которых связана с робототехникой и внедрением систем искусственного интеллекта.

В рамках второго методического подхода необходимо выделять две основные категории предпринимательских структур, которые условно, с точки зрения отношения к организации туров промышленного туризма, можно поделить на:

-основные участники – те организация и предприятия, в правах собственности или доверительном управлении которых находятся инфраструктурные промышленные объекты, которые могут быть рассмотрены в качестве туристских ресурсов и стать основой для организации туров промышленного туризма,

-посреднические структуры - те организации туристского рынка, которые могут участвовать в организации и проведении туров промышленного туризма и привлечении необходимого количества туристов для обеспечения эффективности того или иного проекта в данной сфере.

Однако, необходимо учитывать тот факт, что рассматриваемые методические подходы, представленные ранее на рисунке 1.5, следует трактовать в синергетическом единстве в рамках более системного подхода к повышению эффективности предпринимательской деятельности в данном сегменте туристского рынка.

Например, в условиях действующего или законсервированного производства реализация программ промышленного туризма, может осуществляться по таким вариантам как:

-Вариант № 1 - организация, связанная с осуществлением промышленной деятельности, берет на себя все риски, связанные с организацией промышленных туров, и не использует посреднические услуги других участников рынка,

-Вариант № 2 - организация, связанная с осуществлением промышленной деятельности, в той или иной степени, привлекает к решению проблем организации промышленных туров посреднические организации с целью минимизировать возможные расходы в связи с потенциально низким уровнем эффективности данного вида туристской деятельности.

- Вариант № 3 – организация промышленного туризма осуществляется коммерческим лицом, которое не имеет непосредственного отношения к промышленному производству и является, в большей степени, участником туристского рынка, готовым взять на себя ответственность за организацию

туров, не имея при этом конкретного профиля в сфере промышленного производства.

Более сложным представляется такого рода разделение в условиях других вариантов первого методического подхода. Например, проектирование промышленного туризма в рамках недействующего или реструктурированного (закрытого) промышленного производства предполагает использование не только посреднических организаций из сферы туризма, но и реализацию схем государственно-частного партнёрства, когда средства регионального бюджета или субсидий со стороны органов федерального управления могут быть связаны с социальным характером предлагаемых строительных решений, инициированных частными инвесторами. В данном случае огромное значение будет иметь целевое использование данных территорий с точки зрения возможности социального инвестирования и удовлетворения ряда потребностей местного населения, которое может быть взаимосвязано и с непосредственно развитием тех и или иных видов туризма. Например, строительство учреждений, оказывающих услуги медицинского и лечебно-оздоровительного туризма, на бывших промышленных территориях с использованием уже имеющейся инфраструктуры, прежде всего инженерных сетей и других инфраструктурных коммуникаций. Однако, в рамках данного примера, мы рассматриваем более широкую трактовку промышленного туризма, предполагающего связь инфраструктурного обеспечения промышленного производства и развития других видов туризма и, в целом, услуг в рамках сервисной экономики.

Однако, помимо первых двух подходов не менее важным представляется и третий, где ориентация предпринимательского сектора на сферу промышленного туризма связана с оценкой и последующем использованием имеющегося туристского потенциала, наличие которого предполагает возможность проектирования туров промышленного туризма. Именно сам потенциал и уровень его значимости в процессе формирования и повышения

степени туристской привлекательности промышленного объекта, по мнению ряда исследователей [20, 37, 58, 59, 77,83], может служить отправной точкой для принятия тех или иных решений по участию в туристской деятельности со стороны предприятий реального сектора национальной экономики.

Следует говорить о том, что уровень туристского потенциала конкретного промышленного объекта должен служить определенным, строго формализованным, оценочным показателем для принятия решения относительно того может ли промышленный туризм быть основным или дополнительным финансовым источником для получения необходимого уровня прибыли в условиях конкретной предпринимательской структуры. Одновременно с этим, следует учитывать и специфику предыдущих двух методических подходов, обозначенных нами ранее.

Например, в условиях создания нового промышленного предприятия, предполагающего параллельное развитие туров промышленного туризма, становится очевидным сопутствующая роль туристской деятельности по отношению к производственному процессу. С другой стороны, такой подход гарантирует параллельную адаптацию промышленной инфраструктуры к приему туристских потоков, что снижает уровень потенциальных расходов на данную адаптацию в условиях действующих или законсервированных производств.

На рисунке 1.6 нами представлены основные варианты возможностей использования туристского потенциала в условиях промышленного туризма. Выделение данных вариантов основано на ключевой принципиальной позиции – отношении собственника определенного промышленного объекта, отдельной технологии или процесса к развитию промышленного туризма либо как дополнительного источника получения дохода за счет использования имеющейся или создаваемой инфраструктуры при одновременном сохранении промышленного производства как основного вида деятельности либо как, наоборот, единственного или основного варианта получения дохода от ведения именно туристской деятельности.

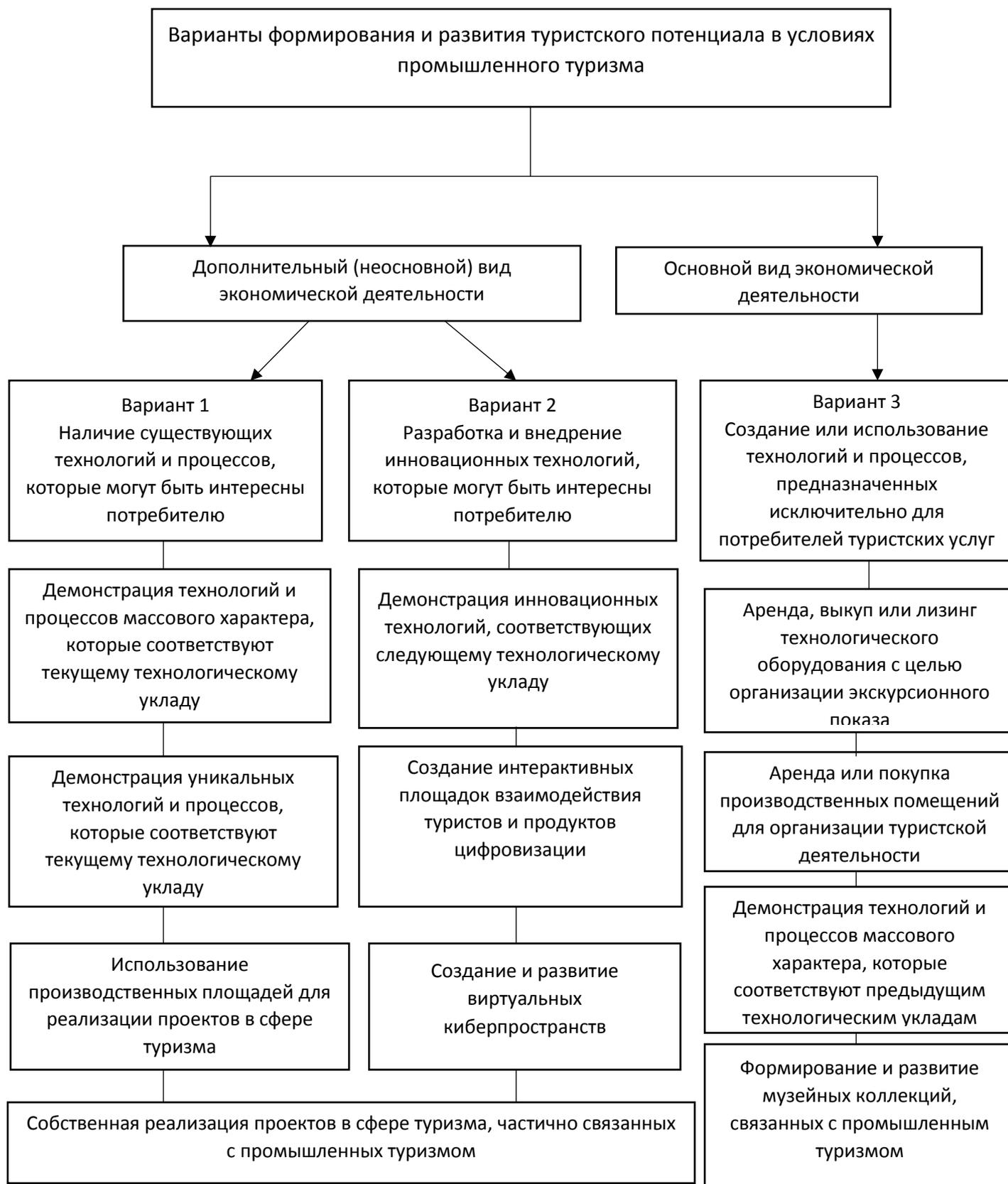


Рисунок 1.6 – Наиболее распространенные варианты использования туристского потенциала в условиях промышленного туризма (составлено автором)

По нашему мнению, основанному на многочисленных практических примерах, в том числе рассмотренных в ряде научных отечественных [24,33,42,70] и зарубежных [76,78] научных источниках, можно говорить о том, что промышленный туризм, в большинстве случаев, следует рассматривать, скорее всего, как вариант дополнительного дохода за счет имеющейся инфраструктурной базы при относительно небольшой величине дополнительных вложений, связанных с организацией и управлением туристскими потоками.

Более экономически затратным и не всегда финансово оправданным выглядит вариант, связанный с организацией собственного бизнеса, связанного исключительно с промышленным туризмом как основным видом экономической деятельности. Однако и здесь могут быть исключения из общих правил. Среди успешных бизнес-идей в данном случае весьма продуктивным может быть создание музея, ориентированного на промышленный туризм и рассматривающего его как отдельное технологическое производство или отрасль промышленности в исторической эволюции (например, многочисленные музеи, посвященные различным видам транспортных средств и их развитию в эпоху индустриализации, в том числе), либо музейного комплекса, связанного с научно-техническим развитием всего промышленного производства (Visvesvaraya Industrial & Technological Museum г. Бангалор (Индия) [120], Политехнический музей г. Москва (РФ) [121] и т.д.

Кроме того, весьма выгодным может быть и бизнес, связанный с развитием туризма на недействующем промышленном объекте, как это уже иллюстрировалось на примере «Севкабель Порт» в г. Санкт-Петербург, так и предпринимательская деятельность в условиях реструктуризации промышленного производства и строительства новых объектов туристского характера. В последнем варианте весьма важное значение будет иметь технико-экономическое обоснование проекта с точки зрения его

экономической и инвестиционной привлекательности, наличие различных сценарных подходов к его реализации

Вместе с тем, отдавая должное значимости государства и предпринимательских субъектов на рынке промышленного туризма как создателей ряда условий для его функционирования и трансформации в условиях цифровизации и появления новых угроз развитию туристского бизнеса, отдельное внимание следует уделить потребителям туристских услуг, без устойчивого спроса которых вряд ли возможно обеспечить рост промышленного туризма в российских дестинаций.

Правильная сегментация туристского рынка в сфере промышленного производства с использованием всего спектра цифровых технологий позволит обеспечить кумулятивный эффект от ведения туристской деятельности, который будет включать не только чисто экономическую составляющую, которая может быть отображена в виде чистой прибыли от продажи туров промышленного туризма или динамики изменения величины туристского потока в зависимости от используемых инструментов ценовой политики, но и определённый значимый социальный эффект, который связан с популяризацией научных достижений, развитием представлений об истории науки и техники, а также повышением интереса к инженерным специальностям и направлениям подготовки современной образовательной системы.

Однако, формирование конкретных бизнес-моделей организации промышленного туризма, которые могут быть основаны на предложенных нами методических подходах, возможно только в случае детального изучения эволюционных изменений и цифровой трансформации рынка промышленного туризма как в зарубежных странах, так и в российских условиях.

2. Характеристика и оценка уровня развития рынка промышленного туризма в РФ и за рубежом

2.1. Анализ зарубежного опыта развития рынка промышленного туризма (на примере стран БРИКС)

Развитие рынка промышленного туризма можно рассмотреть не только с точки зрения роли и места отдельных участников в организационно-экономических процессах, связанных с его стабильным функционированием и совершенствованием в современных условиях, но и в контексте пространственного становления данного сегмента туристского рынка. Это, в свою очередь, требует изучения международного опыта организации и лучших практик промышленного туризма. Однако, в связи с отсутствием конкретных статистических данных относительно уровня развития промышленного туризма в различных странах мира, целесообразно привести сопоставительные характеристики ряда рейтингов, отражающих как положение дел в сфере туризма, так и в промышленном производстве.

Как видно из представленной информации, можно говорить о серьезных различиях между данными направлениями, без учета того факта, что показатели, представленные в таблице 2.1, носят разный характер с точки зрения выбранных единиц измерения. С точки зрения количества туристских посещений в лидерах рейтинга продолжают преобладать страны Европы и США, предлагающие весьма традиционные и массовые виды туризма – культурно-познавательный, пляжный, исторический, экологический и т.д.

Данные страны обладают весьма значительной историей эволюционного развития рынка промышленного туризма за счет: более активной индустриализации всей социально-экономической системы, ориентированной не только на внутренние потребности рынка, но и на расширение экспортного потенциала всей страны, более раннего перехода от аграрной к

индустриальной экономике, роста уровня потребления местного населения и т.д.

Таблица 2.1

Сопоставление стран, занимающих ведущие позиции в рейтинге международного туризма [105] и в рейтинге, отражающем уровень добавленной стоимости промышленности в процентах от ВВП [85], 2022 г.

Рейтинг международного туризма			Рейтинг, отражающий уровень добавленной стоимости промышленности в процентах от ВВП		
№ в рейтинге	Страна	Количество посещений, млн. чел.	№ в рейтинге	Страна	Доля промышленности в ВВП, %
1	Франция	117,1	1	Пуэрто-Рико	43,02
2	Польша	88,5	2	Ирландия	37,99
3	Мексика	51,1	3	Алжир	34,84
4	США	45,0	4	Суринам	28,98
5	Таиланд	39,9	5	Свазиленд	27,93
6	Италия	38,4	6	Китай	27,7
7	Чехия	37,2	7	Таиланд	27,02
8	Испания	36,4	8	Южная Корея	25,63
9	Канада	32,4	9	Мьянма	25,56
10	Венгрия	31,6	10	Вьетнам	24,76

Однако, несмотря на значительные достижения в сфере промышленного туризма, данный сегмент туристского рынка не является ключевым ни в одной из стран, указанных в рейтинге международного туризма. При этом в другом рейтинге, также представленном в таблице 2.1, ведущие места занимают страны так называемого Глобального Юга, прежде всего КНР, Вьетнам и Таиланд, которые сосредоточили значительный промышленный потенциал на территории своих стран за счет переноса основных производственных процессов из развитых стран в конце прошлого века в рамках процесса глобализации капитала. В этих странах происходит активное формирование новых рынков промышленного туризма на базе объектов действующих промышленных предприятий, рост продаж туров на которых может быть обеспечен не только за счет доступа к традиционным технологиям промышленного производства, но и за счет включения инновационных

технологий и производственных линий инновационного типа в состав возможных экскурсионных программ.

В связи с этим весьма актуальным становится не только изучение опыта промышленно-развитых стран Европы или Северной Америки, априори имеющих определенные конкурентные преимущества на международном рынке промышленного туризма, но и стран с развивающейся экономической системой, к числу которых несомненно можно отнести и зарубежные страны, входящие в состав такого интеграционного объединения как БРИКС.

Лидером среди зарубежных стран, входящих в состав БРИКС, по уровню и динамике промышленного туризма, несомненно, следует признать Китай. В доказательство этому можно привести следующие факты, отражающих важное значение промышленного туризма для всего экономического роста страны:

-к началу 2020 года объем внутреннего туризма в Китае достиг 7 млрд человек. По оценкам китайских экспертов, промышленные объекты посетили от 700 млн до 1 млрд туристов. Поступления от промышленного туризма составили 10 млрд юаней (общий объем во всей отрасли – 1.13 трлн юаней),

-по данным информационного агентства Синьхуа до пандемии центры промышленного туризма по всей стране принимали 140 млн туристов ежегодно с общей выручкой 21,3 млрд юаней. При этом ставились цели ежегодно привлекать к промышленному туризму 240 млн человек, а ежегодные доходы от такого рода туризма должны достигать 30 млрд юаней, или 4,5 млрд долларов США [161].

Среди наиболее известных проектов в сфере промышленного туризма, инициированных со стороны руководства китайских промышленных предприятий, можно отметить:

-проект «Промышленный туризм Хайер», связанный с массовым туризмом и ориентированный на ознакомление как внутренних, так и зарубежных туристов с основными достижениями и новинками китайской промышленности в рамках сети павильонов в крупнейших китайских городах

с возможностью заказа дифференцированных экскурсий для различного рода сегментов потребителей, в том числе детей и молодежи. Данный проект, как раз представляет собой расширенный подход к трактовке промышленного туризма и предполагает его тесную интеграцию с другими видами туризма – культурно-познавательным, научно-популярным, молодежным, детско-юношеским, образовательным, событийным, деловым и другими видами туризма,

-проект «Так выплавляется сталь», реализуемый на производственно-технологической базе Баошаньской сталелитейной компании¹, которая организовала трехчасовой туристский маршрут от пристани, где разгружается руда, до цеха готовой металлопрокатной продукции. Кроме данного ключевого туристского маршрута, компания разработала и реализует такие туристские маршруты как «Красный маршрут Баошань» (маршрут раскрывает роль Коммунистической Партии Китая в развитии промышленного производства в Китае на примере данного производства в исторической перспективе), «Технологичный Баошань» (маршрут связан с показом инновационных технологий, которые уже внедрены на сталелитейном производстве в последнее десятилетие или планируются в среднесрочной перспективе и в более отдаленном будущем), «Культура Баошань» (раскрывается взаимосвязь культурных традиций Китая и их влияние на эволюцию развития сталелитейного производства в городском округе Баошань), «Однодневное путешествие в Баошань» (направлено на вовлечение детей и молодежи в профориентационную деятельность и ознакомление с основами профессионального мастерства в промышленности) [107],

-проект завода Циндао по созданию и развитию музея пива Циндао международного уровня. В павильонах данного музея показана не только история и современные направления развития самой пивной компании с возможностью дегустации оригинального пива и других пивных напитков

¹ Расположена в одноименном городском округе в китайской провинции Юньнань.

собственного производства, но и особенности пивоварения в различных странах мира, и, прежде всего, Китая. Кроме того на базе музея и его павильонов ежегодно проводится «Праздник пива Циндао», который, в связи с его определённой схожестью, называют «азиатским Октоберфестом».

Перечисленные выше проекты способствуют не только развитию отдельных участников рынка промышленного туризма за счет получения дополнительных внереализационных доходов, но и оказывают положительное влияние на индустрию туризма и гостеприимства в Китае, прежде всего, за счет развития внутреннего туризма. Важно отметить также тот факт, что промышленный туризм в Китае относительно новое явление, его развитие обусловлено ростом национального промышленного производства и повышением уровнем производительности труда в течении последних двадцати лет. Не стоит забывать также о том, что изначальные предпосылки роста рынка промышленного туризма были весьма ограничены в связи с низким уровнем промышленного производства, преимущественно аграрным характером экономики страны, отсутствием известных национальных брендов мирового уровня в области промышленности, сильной степенью региональной дифференциации между китайскими провинциями.

Фактически в данном случае эффективно реализуется следующая взаимосвязь: «собственное промышленное производство-внутренний туристский рынок – высокий уровень государственного регулирования». Последний элемент представленной взаимосвязи обусловлен требованиями самой социально-экономической системы, ориентированной на принципы социалистического общества с главенствующей ролью государства и Коммунистической Партии Китая как гаранта социально-политической и экономической стабильности, и заключается в том, что фактически весь контроль за функционированием промышленного туризма с точки зрения отдельных предприятий и формирование самой национальной стратегии развития данного вида туризма сосредоточены в рамках полномочий единого органа государственного управления в сфере туризма - Государственного

управления по делам туризма КНР. Например, наряду с общей стратегией развития туризма в КНР, разработан и успешно реализуется План по развитию промышленного туризма.

Однако, промышленный туризм в Китае, в отличие от США, Великобритании и других стран Запада, в большей степени ориентирован не на получение конкретных коммерческих результатов субъектами хозяйственной деятельности в индустрии туризма, как это рассматривается в классических представлениях теории экономики сферы услуг, а на его социальную составляющую с точки зрения организации ранней профориентации детей и молодежи посредством посещения промышленных объектов, сохранения культурных основ китайского общества и его передачи будущим поколениям, а также продвижению научно-популярных проектов и программ в различных отраслях науки и техники, в том числе, связанных с образовательным процессом. Однако, реализация подобного рода политики возможно в условиях именно китайской модели экономики, где за счет централизованного планирования и эффективной системы государственного регулирования удастся всесторонне поддерживать и проекты туристской направленности, ориентированные на достижение социального эффекта.

В отличие от весьма высокого уровня развития рынка промышленного туризма в КНР, остальные страны БРИКС пока находятся на начальных этапах формирования данного сегмента туристского рынка. Данное обстоятельство, по нашему мнению, обусловлено как естественными причинами (например, аграрный характер производства, невысокий уровень производительности и эффективности промышленного производства наряду с низким уровнем внедрения инновационных технологий, неготовность большинства предприятий к организации туристских потоков, отсутствие стабильного спроса на программы промышленного туризма на внутреннем рынке в связи с низким уровнем покупательной способности местных жителей и т.д.), так и причинами организационно-управленческого характера (например, отсутствие регулирующей нормативно-правовой базы для развития

промышленного туризма, нехватка профессиональных кадров в области организации промышленного туризма на предприятиях, отсутствие системы национального продвижения туров промышленного туризма на международные рынки и т.д.). Все вышеперечисленное приводит к тому, что в данных странах, скорее, можно говорить об отдельных, иногда даже весьма успешных, практиках организации промышленного туризма, нежели о наличии сформированного рынка национального или регионального масштаба. Еще одной важной чертой промышленного туризма в данных странах можно обозначить исключительно коммерческий характер организации туров и экскурсионного обслуживания, что связано с отсутствием возможности для финансирования данного сегмента туристского рынка со стороны государства или отдельных регионов.

Вместе с тем, необходимо отметить ряд весьма значимых достижений в области промышленного туризма в странах БРИКС:

-в Индии создан и функционирует специальный интернет-портал, посвященный организации туров промышленного туризма в различных штатах страны [89]. Кроме того, активно промышленный туризм развивается и на региональном уровне в зависимости от тех форм и методов поддержки, которые используют местные власти. Например, туристы могут посетить верфь судов Аланг в Бхавнагаре, молочный завод Амул в Ананде и завод Тата Нано в Сананде в рамках целевой программы региональной поддержки развития рынка промышленного туризма («Промышленный тур Гуджарата») в одноименном штате [147]. Однако, в отличие от Китая, развитие промышленного туризма крайне слабо регламентируется со стороны государства. Кроме того, можно отметить низкую заинтересованность самого предпринимательского сектора в создании промышленных туров в связи с отсутствием достаточного уровня прибыли и низкой корреляцией с решением социальных проблем населения,

-схожим образом можно охарактеризовать и уровень развития рынка промышленного туризма в Бразилии. В данной стране промышленный туризм

начинает развиваться в отдельных отраслях, что указывает на высокий уровень специализации данного сегмента туристского рынка. Среди такого рода отраслей можно отметить: гидроэнергетика, прежде всего в контексте организации посещения ГЭС на крупнейших водопадах страны, автомобильная и пищевая промышленности, металлургия и аграрное производство [102]. Среди отдельных проектов в данной сфере можно отметить: организацию постоянных экскурсий на ювелирную фабрику Штерн [145], туристские маршруты «Caminhos do Casau e Chocolate» [144], в рамках которых экскурсанты могут посетить плантации какао и шоколадные фабрики, осмотреть достопримечательности входящих в тур городов Бразилии, познакомиться с жизнью индейских общин и увидеть местное афро-креольское театрализованное представление «Bumba Meu Boi» и ряд других проектов регионального уровня,

-в ЮАР развитие рынка промышленного туризма, в основном, сконцентрировано в рамках деятельности крупнейших национальных предприятий, в том числе: «Boekenhoutskloof», «Crown National», «Tongaat Hulett», «Adamsons Furniture Manufacturers» и т.д. [93], а также в рамках постоянно действующих промышленных выставок, в том числе в контексте развития научно-популярного туризма, среди которых можно отметить: Electra Mining Africa (Johannesburg Expo Centre (JEC)), Mining Indaba (Cape Town International Convention Centre (CTICC)), Africa Automation Fair (JEC), KZN Industrial Technology Expo (Durban Exhibition Centre) и т.д. [146]. Среди наиболее востребованных направлений – туры, которые объединяют гастрономический туризм и потенциал национального пищевого производства [100].

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о том, что лучшие практики организации промышленного туризма в странах БРИКС, прежде всего КНР, могут быть использованы и для будущего развития рынка промышленного туризма в РФ.

2.2 Оценка современного уровня развития промышленного туризма в России

Развитие промышленного туризма в современных российских экономических условиях предопределялось как общемировыми тенденциями, описанными в предыдущем параграфе диссертационного исследования, так и основывается на тех традициях и успешной практике, которая была широко распространена в СССР, где именно промышленный сектор позволил обеспечить не только значительный социально-экономический рывок во время индустриализации и послевоенного восстановления народного хозяйства, но и в последующие годы вплоть до распада государства в 1991 г. Отдельно необходимо подчеркнуть, что промышленный туризм во времена СССР не носил коммерческого характера и был тесно интегрирован с научно-популярным, образовательным и молодежным туризмом.

Для оценки текущего объема рынка промышленного туризма, на рисунке 2.1 нами представлены статистические данные относительно объема туристского потока в сфере промышленного туризма в РФ на региональном уровне. Как видно из представленной динамики показателей, среди регионов-лидеров по развитию промышленного туризма можно обозначить те территории, которые одновременно обладают как высоким туристским потенциалом, так и имеют достаточно большое количество действующих объектов промышленного туризма.

Помимо региональных отличий, с точки зрения темпов роста туристского потока и привлекательности промышленного туризма как сегмента всего рынка внутреннего туризма в России, существует значительная дифференциация и в контексте места отдельных предприятий в общем объеме экскурсионных посещений. Например, в 2022 г. лидером среди предприятий стал кондитерскому цех «Бабаевский» (холдинг "Объединенные кондитеры"). За 2022 год его посетило 46 000 туристов [162].

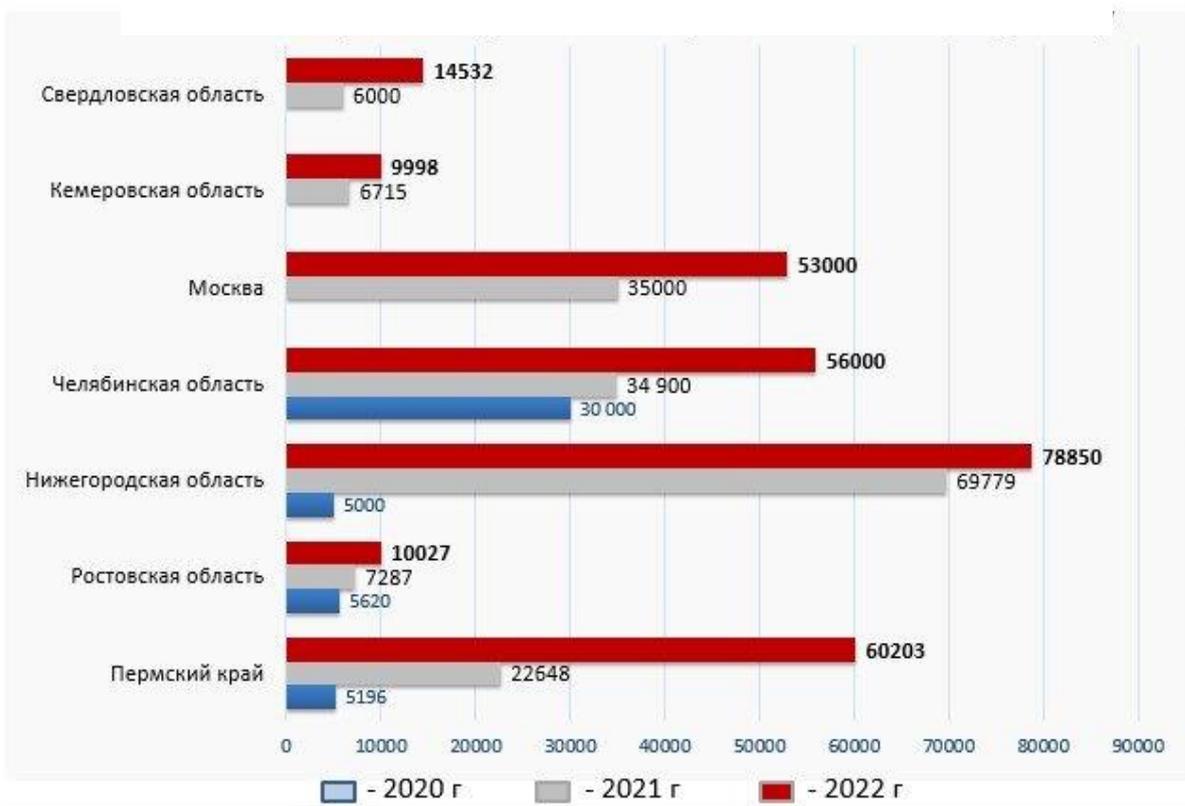


Рисунок 2.1 – Динамика туристских потоков в сфере промышленного туризма в некоторых российских регионах [162]

При этом в 2021 г. годовой поток составил лишь 33 000 туристов. Также в каждом из регионов можно обозначить предприятия -региональных лидеров в сфере промышленного туризма (таблица 2.2).

Таблица 2.2

Динамика туристских потоков по отдельным региональным предприятиям-участникам рынка промышленного туризма, 2021-2022 гг. [171]

Субъект РФ	Наименование предприятия – участника рынка промышленного туризма	Объем годового туристского потока, чел.	
		2021 г.	2022 г.
Пермский край	ООО «Промобот»	300	3979
	ООО «Тенториум»	1026	3269
	ООО «Краснокамская деревянная игрушка»	968	4828
	АО Кондитерская фабрика «Пермская»	10 000	24 900
	ПАО «Протон- ПМ»	374	561
	ООО Агрофирма «Труд»	380	600

Ростовская область	ООО «Винодельня Ведерниковъ»	100	327
	АО «Цимлянские вина»	400	860
	Ростовская АЭС	1817	2611
	АО «Семикаракорская керамика»	1562	2282
	Био-хутор «Петровский»	900	1209
	ИП КФХ Губин И.В. (Усадьба Саркел)	1100	2000
Нижегородская область	ООО «Автозавод ГАЗ»	142	805
	АО «Хохломская роспись»	7150	14395
	АО «Выксунский металлургический завод»	4647	8475
Москва	ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский»	33752	46851
	АО «Микрон»	245	1250
	ОЭЗ «Технополис Москва»	1500	3500
Челябинская область	ООО «Компания АйР»	5500	9758
	ООО «Группа Магнезит»	6136	8896
	ООО «Златоустовская оружейная фабрика»	9590	16885
	ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	7521	11320
	ПАО «ЧТПЗ», цех «Высота 239»	1449	4603
	АО «Макфа»	1000	1982
Кемеровская область – Кузбасс	КАО «Азот»	531	2074
	К(Ф)Х «Усадьба Лобанова»	3877	4689
	АО «УК «Кузбассразрезуголь»	39	214
	ООО ОК «Сибшахтострой»	27	186
	АО «Кузнецкие ферросплавы»	263	524
	ПАО «Кокс»	382	445
Свердловская область	ПАО «Корпорация ВСМПО-АВИСМА»	30	1063
	АО «ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат»	0	2943
	АО «ЕВРАЗ Качканарский горно-обогатительный комбинат»	0	2794
	ПАО «Уральский завод химического машиностроения»	45	331
	АО «Северский трубный завод»	48	600
	АО «Свердловская железная дорога»	0	439
Амурская область	Свободненская детская железная дорога им. Г.М. Фадеева	18129	18503
	АО «Судостроительный завод имени Октябрьской революции»	210	961

ООО «Малоэкстракционный завод «Амурский»»	86	152
Космодром Восточный	0	3215
АО «Прииск Соловьевский»	1932	2104
Амурский газохимический комплекс»	0	436

Все представленные в таблице 2.1 предприятия имеют положительную абсолютную динамику роста с точки зрения уровня посещений туристами за проанализированные годы, в том числе некоторые из них начинали с нулевых показателей в 2021 г., как, например, АО «Свердловская железная дорога», АО «ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат», Амурский газохимический комплекс» и ряд других участников рынка. Кроме того, можно говорить и об определенных отличиях с точки зрения привлекательности промышленных и прочих объектов с точки зрения отраслевой специфики. Например, наиболее привлекательной для российских туристов отраслью в 2022 году стало металлургическое производство. Почти 25 000 туристов посетили российские предприятия металлургии, в том числе такие производства как:

- Магнитогорский металлургический комбинат в Челябинской области посетило больше 11 000 туристов за год. Предприятие разработало 7 маршрутов ("Укрощение огня" с посещением цеха и прокатного стана, "Стальная эволюция" с посещением музея ММК, автобусная "В гости к металлургам", обзорная "ММК своими глазами", где можно увидеть все самые важные промышленные объекты комбината, "Новые технологии - чистый воздух", прогулка на катере по Магнитогорскому водохранилищу "Легенды и быль стальной реки" и детская "У папы на работе"). На ММК также создан маршрут для особых туристов - лиц с ОВЗ [171],

- предприятия ЕВРАЗа в Свердловской области - более 5 000 туристов. Летом 2022 года был запущен национальный туристский маршрут «Демидовский маршрут: не словами, а делами», включивший в себя

посещение ЕВРАЗ НТМК. Всего за несколько месяцев с момента открытия по нему проехали более 300 человек [171],

- Выксунский металлургический завод в Нижегородской области – 8 475 туристов [163,171].

Отдельно следует отметить тот факт, что при формировании представленной выше статистической базы туристских посещений на рынке промышленного туризма в России, в состав выборки были включены не только исключительно промышленные предприятия, но и производства из различных секторов национальной экономики, в том числе аграрного бизнеса (например, Био-хутор «Петровский», ООО Агрофирма «Труд» и др.), винодельческие предприятия (ООО «Винодельня Ведерниковъ», АО «Цимлянские вина»), сферы транспортных услуг (АО «Свердловская железная дорога», Свободненская детская железная дорога им. Г.М. Фадеева) и т.п., что свидетельствует о правомерности сделанного нами ранее в первой главе диссертационного исследования вывода относительно преобладания расширенного подхода к определению сущности и механизмов промышленного туризма, который предполагает максимизацию участников рынка за счет включения предприятий не только промышленности, но и других секторов, прежде всего, агробизнеса и сферы услуг. Отдельно стоит отметить и тот факт, что не только исключительно предприятия различных форм собственности и масштаба своей деятельности представлены в списке – среди участников рынка обозначена ОЭЗ «Технополис Москва», в юрисдикции которой находится значительное количество экономических субъектов.

Вместе с тем, представленные данные характеризуют, по преимуществу, регионы-лидеры в сфере промышленного туризма. По остальным российским регионам, как это показала проведенная нами оценка ряда публикаций отечественных авторов, информация носит либо оценку вклада отдельных предприятий в развитие сегмента промышленного туризма [40,53,74,90], либо характеристику перспективных, но не всегда реализованных проектов в

области промышленного туризма [22,54,55,68,72]. В целом, как о негативной черте текущего состояния рынка промышленного туризма в РФ, можно говорить об отсутствии единой методики статистической оценки уровня развития рынка промышленного туризма и о низком уровне участия органов территориального управления в организации сбора данных об участниках рынка промышленного туризма и их деятельности в контексте выбора количественных показателей оценки.

Аналогичные параллели можно провести и с точки зрения текущего информационно-аналитического сопровождения развития регионального рынка промышленного туризма, которое полностью обеспечивается за счет финансовых ресурсов предпринимательского сектора. Так, на основании данных сайта «Promtourism. Online» можно сделать утверждение о том, что ориентированность клиентов на программы промышленного туризма может наблюдаться в зависимости от региона проживания. Рассмотрим распределение предлагаемых программ промышленного туризма по отдельным регионам-лидерам, на основании информации с сайта Всероссийского Акселератора по промышленному туризму (таблица 2.3).

Таблица 2.3

Характеристика количества и содержательного контента программ промышленного туризма в региональном аспекте (составлено автором на основании [154])

№	Регион	Количество задействованных предприятий	Основные проекты в сфере промышленного туризма и их краткое описание
1	Кемеровская область	4	-КАО «Азот» (в качестве объектов показа выступает законченный цикл химического производства); АО «Угольная компания «Кузбассразрезуголь» (возможность посещения угольных шахт в рамках групповых экскурсий);
2	Нижегородская область	4	-АО «Хохломская роспись» (знаменитый производитель изделий народно-художественного промысла);

			-Фабрика мороженого «Колибри» (предлагает увидеть процесс производства продукции с дегустацией);
3	Пермский край	7	-ООО «Промобот» (молодой стартап из Перми по производству сервисных роботов демонстрирует возможности собственной инновационной продукции); -АО «Кондитерская фабрика «Пермская» (экскурсии на первое кондитерское производство на Урале и в Сибири); -ООО «ЛУКОЙЛ–Пермнефтеоргсинтез» (предлагает посетить музеи и сам нефтеперерабатывающий завод);
4	Рязанская область	4	АО «Елатомский приборный завод» (возможность посетить в режиме реального времени производство медицинского оборудования); АО «Русская пивоваренная компания «Хмелёфф» (демонстрирует экскурсантам весь процесс производства хмельных напитков);
5	Санкт-Петербург	7	ООО «Ленигрушка» (экскурсия и мастер-класс на старейший завод по производству новогодней игрушки); Часовой завод «Ракета» (предлагает посетить производство наручных часов и магазин готовых изделий);
6	Свердловская область	4	ПАО «Уралхиммаш» (экскурсии на производство сосудов и аппаратов высокого давления для различных технологических процессов и установок предприятий); АО «ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат» (посещение старейшего металлургического производства с полным производственным циклом);
7	Тульская область	4	ООО «Тульская Гармонь» (посещение фабрики, где производят гармони); АО «Тульский молочный комбинат» (посещение фабрики по изготовлению различной молочной продукции);
8	Челябинская область	5	АО «Челябинский трубопрокатный завод» (экскурсии на крупнейший производитель стальных труб в России);

			ЗАО «Практика» (экскурсии и мастер - классы в рамках школы златоустской гравюры).
--	--	--	---

Еще в 31 регионе, информация по которым представлена на портале акселератора, количество предприятий не превышает 1-2, что указывает на очевидную необходимость расширения возможных предложений со стороны промышленных предприятий с точки зрения организации экскурсий и иных досуговых мероприятий на их территории.

Если рассматривать уже предложенные варианты организации программ промышленного туризма, то значительную часть будут составлять те, которые предлагают экскурсантам различные мастер-классы, либо дегустацию продукции. Например, в Санкт-Петербурге на ООО «Ленигрушка» [158] можно изготовить и забрать с собой в качестве сувенира елочную игрушку, ООО Императорский ювелирный дом «Русские самоцветы» [159] предлагает изготовить простое ювелирное украшение и т.п.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод о том, что посещение действующих производств будет востребовано в тех регионах, где уже имеется достаточное количество достопримечательностей в сфере промышленного туризма и есть определенный практический опыт организации подобного рода программ и туров, либо наоборот, в условиях регионов, ориентированных на развитие крупных производств, но не обладающих значительным опытом в развитии промышленного туризма, требуется усиление информационно-аналитического сопровождения на данном сегменте туристского рынка.

Как видно из представленного примера, и, что также находит свое отражение и в научной отечественной литературе, посвященной вопросам регионального развития сегментов рынка промышленного туризма в нашей стране [26,32,49,65,69 и др.], инициатором роста количества туров, связанных с промышленным производством чаще всего выступает предпринимательский сектор. Вместе с тем, как уже упоминалось ранее, для

развития сферы промышленного туризма весьма важной остается и позиция государства.

Если говорить о федеральном уровне управления, то промышленный туризм не имеет четкого упоминания в большинстве нормативно-правовых актов, которые напрямую или косвенно регулируют индустрию туризма и гостеприимства в России. Например, данная категория полностью отсутствует в таких юридических документах как:

- Конституция Российской Федерации (с изменениями от 01.07.2020) [1],
- Гражданский кодекс Российской Федерации (в последней редакция) [2],
- Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция) [3],

- Постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» [4] и ряд других.

В распоряжении Правительства РФ «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)"» [5] впервые упоминается промышленный туризм как отдельный вид туризма.

Кроме того, общие вопросы развития промышленного туризма упоминаются в таких нормативно-правовых актах как:

- Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [6],

- Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Плана мероприятий по реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [7].

Наиболее детальное представление о промышленном туризме с точки зрения организации туристской деятельности и с учетом его специфических особенностей как отдельного вида туризма изложено в "ГОСТ Р ИСО 13810-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Промышленный туризм» [9]. В данном стандарте изложены базовые положения, связанные с охраной секретов производства во время посещения

промышленных объектов, с обеспечением безопасности туристов, с проектированием услуг, с рекомендациями персоналу с точки зрения организации экскурсионного обслуживания и т.п. При этом необходимо отметить, что методические рекомендации данные нами в первой главе диссертационного исследования, в контексте регламентации процесса стандартизации и сертификации услуг на рынке промышленного туризма, представляются весьма актуальными, так как существующий стандарт не учитывает высокую степень диверсификации туристского продукта как с точки зрения потребительских сегментов, так и с точки зрения дискретности и особенностей самих объектов показа – не только промышленных производств, но и объектов в условиях других отраслей российской экономики.

В настоящее время некоторые российские субъекты, несмотря на отсутствие четких регламентирующих документов со стороны федерального центра, участвуют в разработке региональных стратегий развития промышленного туризма. В таблице 2.4 представлены основные направления и индикаторы стратегического развития рынка промышленного туризма в некоторых российских регионах.

Таблица 2.4

Оценка основных направлений стратегического развития рынка промышленного туризма в российских регионах (составлено на основании данных [8,109-113,166 ,167])

Наименование региона РФ и территориального органа управления сферой туризма	Основные направления и приоритеты развития рынка промышленного туризма	Крупнейшие участники-хозяйствующие субъекты, участвующие в реализации туров промышленного туризма
Ивановская область Департамент туризма Ивановской области	В период до 2025 г. предполагается: - формирование 6 отраслевых промышленных маршрутов для бизнес-миссий, - наличие более 30 промышленных предприятий, включенных в региональный промышленный маршрут,	ОП ООО «Текстильная компания «Русский Дом» IVCORE, АО «Ивановоискож» «Мастерская Палехский Иконостас»

	<p>-увеличение на 30% сети музеев промышленности негосударственной формы собственности,</p> <p>-интеграция промышленных экскурсий в 10 региональных событийных мероприятий</p>	ООО «ЛидерТекс»
<p>Пермский край</p> <p>Министерство по туризму Пермского Края</p>	<p>В период до 2035 г предполагается развитие ТРТ (туристско-рекреационных территорий), ориентированных на промышленный туризм, в том числе: ТРТ «Вишера и Колва», кластер «Чердынский», ТРТ «Соль Камская», кластер «Соль Камская», «Горнозаводское Прикамье», кластер «Губахинский», «Горнозаводское Прикамье», кластер «Чусовской» и ряд других.</p> <p>В каждом из данных кластеров отводится определенная роль промышленным объектам с точки зрения повышения их роли и доступности в качестве объектов показа.</p>	<p>Пермская фабрика ГОЗНАК.</p> <p>Кондитерская фабрика ПЕРМСКАЯ.</p> <p>Чусовской металлургический завод</p> <p>Обувная фабрика ТРЕК.</p> <p>ООО «Краснокамская фабрика деревянной игрушки»</p>
<p>Красноярский край</p> <p>Агентство по туризму Красноярского края</p>	<p>В период до 2030 г планируется:</p> <p>Создание индустриального маршрута по Таймыру, запуск программы дополнительного профессионального образования (ДПО) по специальности «промышленный экскурсовод», формирование туристско-рекреационной зоны в районе горы Шмидта</p>	<p>ГМК «Норильский никель»</p> <p>ООО «Гигаватт»</p> <p>ООО «Заполярный пищекомбинат»</p> <p>ГК «Заполярная птица»</p> <p>ООО «Норильский молочный завод»</p>
<p>Республика Крым</p> <p>Министерство курортов и туризма Республики Крым</p>	<p>В период до 2030 г планируется:</p> <p>В рамках мероприятий дорожной карты планируется введение рейтинговой системы для школ по вовлечению учащихся в промышленный туризм, создание региональной программы «Мое призвание - крымчанин», а также разработка мобильного приложения «Юный путешественник Крыма»</p>	<p>ООО «Заря», кондитерская фабрика «Крымский Султан», Винный завод ООО «Виктория», Фабрика мороженого ООО «Доброе»</p>
<p>Ямало-Ненецкий автономный округ</p>	<p>Разработка железнодорожного круиза из Москвы «Полярный экспресс» продолжительностью 5-6 дней с помещением промышленных объектов Полярного Урала и комбинирование с</p>	<p>завод «Арктическая вода»</p> <p>«Сибур Тюмень Газ»</p> <p>Губкинский ГПЗ</p> <p>Вынгапуровский ГПЗ</p>

Департамент молодежной политики и туризма Ямало-Ненецкого автономного округа	другими видами туризма, например, гастрономическим («обед газовика»), экологическим (посещение стойбища оленеводов в арктической пустыне), этнографическим (знакомство с культурой и обычаями коренных народов Ямала) туризмом	Первая Ямальская чайная мануфактура Рыболовецкая артель «Орион» ООО «Газпром добыча Надым»
--	--	--

В целом, по данным Агентства Стратегических Инициатив (АСИ) по состоянию на 2023 г., в разработке и последующей реализации региональных стратегий промышленного туризма принимают участие 15 регионов: Белгородская область, Забайкальский край, Ивановская, Иркутская области, Красноярский, Хабаровский края, Липецкая, Московская, Оренбургская, Орловская, Сахалинская области, а также Крым, Республика Башкортостан, Санкт-Петербург и Ямало-Ненецкий автономный округ [165].

Наряду с достаточно серьезным влиянием предпринимательского сектора и относительно низкой степенью воздействия со стороны федеральных и региональных органов управления, необходимо отметить высокую роль уже упомянутого Агентства Стратегических Инициатив (АСИ). В качестве ключевых результатов деятельности АСИ за 2022 г. в контексте развития российского рынка промышленного туризма можно отдельно отметить следующие факты: около 250 российских предприятий и организаций реализуют экскурсии и профориентационные программы в области промышленного туризма; 840 тыс. человек посетили промышленные предприятия-участники Акселератора АСИ; 10 тыс. студентов прошли профориентационные программы и программы стажировок на ведущих российских предприятиях [164,165].

Таким образом, можно говорить о динамичном развитии российского рынка промышленного туризма, важное значение для которого приобретают современные ИКТ и цифровые технологии.

2.3 Информационно-коммуникационные и цифровые технологии в контексте стратегического развития российского рынка промышленного туризма

Значительное влияние на совершенствование форм, механизмов и общее развитие туристского рынка как в России, так и в зарубежных странах оказывают различного рода процессы, происходящие во внешней среде любой социально-экономической системы. Одним из таких внешних процессов следует признать развитие научно-технического прогресса как объективного достижения современного человеческого общества, который затрагивает так или иначе и сферу услуг, частью которой является индустрия туризма и гостеприимства. В связи с этим весьма актуальными становятся вопросы, связанные с исследованием процессов влияния современного уровня ИКТ и цифровизации на развитие тех или иных сегментов, направлений и видов туристской деятельности.

В данном случае, промышленный туризм не является исключением и также подвергается, как отдельный рынок в системе туристского проектирования, определённым воздействиям со стороны глобального процесса создания и внедрения информационно-коммуникационных и цифровых технологий. В большинстве своём, по мнению автора и опираясь на ряд научных источников по развитию ИКТ [23,44,64,84,88] и цифровых технологий в сфере туризма [19,39,45,66,71,94], можно говорить о том, что данное влияние носит положительный характер и может быть рассмотрено по нескольким направлениям с точки зрения оценки перспектив использования ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма.

Исходя из содержания параграфа 1.3., который посвящен вопросам характеристики основных участников рынка промышленного туризма, направления влияния информатизации и цифровизации распределены в рамках отдельных укрупненных групп и учитывают интересы государственного сектора, предпринимательских структур и домашних

хозяйств – потребителей туристских услуг. Кроме того, необходимо отметить тот факт, что в настоящее время, прежде всего, ИКТ уже широко используются на рынке промышленного туризма в отличие от цифровых технологий, многие типы которых пока не нашли своего применения в процессе разработки и реализации туристских продуктов и формировании туристских маршрутов, связанных с технологическими процессами промышленных и иных производств. Данное обстоятельство обусловлено не только уровнем развития промышленного туризма в России, но и, в целом, общими тенденциями на рынке ИКТ и цифровых технологий. Общий сохраняющийся тренд российской экономики, связанный с относительно низким уровнем автоматизации производственно -технологических процессов, значительно низкой производительностью труда и невысоким уровнем инновационной активности, негативно сказывается и на возможностях информатизации и цифровизации рынка промышленного туризма в краткосрочной и среднесрочной перспективе.

В подтверждение сказанному, можно привести данные, характеризующие уровень использования специальных программных средств ИКТ в бизнес-процессах российских организаций и предприятий (таблица 2.5) и цифровых технологий в зависимости от масштаба ведения предпринимательской деятельности (таблица 2.6) в уже постпандемийный период с 2021 по 2022 г.

В связи с этим можно говорить о том, что условное разделение уровня влияния и направлений использования ИКТ и цифровых технологий способствует более четкой характеристике возможных эффектов от их разработки и внедрения на рынке промышленного туризма и позволяет принимать более взвешенные управленческие решения на уровне отдельных участников рынка, в том числе органов государственного управления и самих туристов.

Таблица 2.5

Уровень использования специальных программных средств ИКТ в бизнес-процессах российских организаций и предприятий, % от общего числа организаций [10]

Наименование специальных программных средств ИКТ или сфера их использования	2021 г.		2022 г.	
	Всего,	Российского производства	Всего	Российского производства
Системы электронного документооборота	48,7	55,7	48,3	56,9
Электронные справочно-правовые системы	38,9	43,6	41,5	47,5
ИКТ для осуществления финансовых расчетов в электронном виде	36,3	42,3	38,5	47,0
ИКТ для обеспечения информационной безопасности	28,3	38,6	32,9	44,6
ИКТ для управления закупками товаров, работ, услуг	20,8	26,9	24,2	33,7
ИКТ для предоставления доступа к базам данных через 4глобальные информационные сети	14,1	21,8	17,2	28,4
ИКТ для управления продажами товаров, работ, услуг	13,3	18,6	17,4	26,6
Обучающие программы	11,6	16,1	17,3	26,1
ИКТ для управления складом	13,0	17,9	17,1	25,7
ERP-системы	7,4	13,8	11,7	21,9
CRM-системы	7,4	13,4	12,2	21,9
HRIS-системы	4,9	2,4	10,1	17,8
ИКТ для проектирования/моделирования (CAD/CAE/CAM/CAO)	10,0	4,3	5,8	17,0
ИКТ для управления автоматизированным производством и/или отдельными техническими средствами\ процессами	7,4	3,8	7,4	15,7
SCM-системы	4,8	1,6	6,2	14,3
Редакционно-издательские системы	5,5	2,3	12,2	5,9
PLM/PDM-системы	2,6	1,5	11,3	5,4
ИКТ для научных исследований	3,5	1,3	11,3	5,4

Таблица 2.6

Уровень использования цифровых технологий в зависимости от масштаба ведения предпринимательской деятельности, % от числа организаций с соответствующей численностью работников по состоянию на 2022 г. [10]

Наименование цифровой технологии	Организации с численностью работников, человек			
	501 и более	251-500	101-250	100 и менее
Технологии сбора, обработки и анализа больших данных	60,0	48,9	44,2	26,7
Облачные сервисы	43,1	40,8	40,1	26,5
Цифровые платформы	35,6	26,8	22,3	12,7
Геоинформационные системы	32,5	23,9	20,0	10,9
Интернет вещей	26,5	21,0	18,1	7,8
RFID-технологии	35,1	25,6	18,9	6,7
Технологии искусственного интеллекта	14,2	9,6	8,6	5,9
Промышленные роботы / автоматизированные линии	13,6	9,9	6,9	1,3
Аддитивные технологии	8,3	4,2	2,7	0,7
«Цифровой двойник»	5,5	3,2	2,2	0,9

Подводя итог вышесказанному, можно обозначить ключевую цель и соответствующие задачи, связанные с управлением и регулированием влияния ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма в России (рисунок 2.2).



Рисунок 2.2 – Стратегические цели и задачи использования информационно-коммуникационных технологий и цифровых технологий на рынке промышленного туризма в России (авторские разработки)

Необходимо подчеркнуть, что на данном рисунке нами представлены укрупненные задачи стратегического управления ИКТ и цифровыми технологиями, каждая из которых может быть рассмотрена с точки зрения выделения целого ряда подзадач, которые фактически могут рассматриваться как отдельные направления стратегического развития рынка промышленного туризма. Например, использование специальных программных средств ИКТ предприятий для роста эффективности организации промышленного туризма в контексте достижения интегративного эффекта может быть рассмотрено с точки зрения:

- отдельных специализированных ИКТ и их применимости в условиях промышленного туризма,

- отдельных бизнес-процессов, связанных с деятельностью участников рынка промышленного туризма, в которых применяются специализированные ИКТ,

- отдельных участников рынка промышленного туризма и их готовности к использованию соответствующих специализированных ИКТ и т.д.

Рассмотрим также более подробно два возможных направления реализации заявленных задач (рисунок 2.2) и охарактеризуем их в контексте возможного взаимовлияния, с учетом системных взаимосвязей между участниками рынка промышленного туризма в процессе использования ИКТ и цифровых технологий.

Вариант 1. Продвижение и популяризация промышленного туризма с точки зрения учета интереса всех участников рынка (в рамках задачи 1.1 «Модернизация существующих интернет-ресурсов и аккаунтов в социальных сетях (индивидуальных и общих), связанных с промышленным туризмом»).

Как уже отмечалось ранее в диссертационном исследовании растущий уровень спроса на услуги промышленного туризма в зарубежных странах, во многом обусловлен постоянным вниманием к его популяризации на уровне государства посредством организации профориентационной деятельности на промышленном производстве, и продвижения на уровне корпоративного

сектора за счет возможностей латерального маркетинга, интернет-рекламы и других способов коммуникации с клиентами.

Независимо от выбранного сегмента российского туристского рынка, можно говорить о существовании тенденции, которая свидетельствует о том, что если потребитель не будет получать достаточную по объему и доступности информацию, то он вряд ли будет заинтересован в потреблении туристского продукта, даже если первоначально тот был ему интересен. Подобная ситуация касается не только рядового клиента, но и юридических лиц, которые могут быть заинтересованы, как в расширении своего бизнеса, создании длительных партнерских отношений, так и поиску дополнительной рекламной площадки. Данные цели могут быть достигнуты посредством создания и развития программ промышленного туризма как возможного дополнительного источника дохода.

В связи со спецификой промышленного туризма можно рассмотреть несколько стандартных вариантов основных интернет - источников, где может быть размещена информация о промышленных турах, каждый из которых имеет как свои преимущества, так и недостатки. К числу таковых можно отнести: наличие собственного интернет-ресурса, использование интернет-портал органа территориального управления (ТУ), участие в программах интернет-агрегаторов и системах бронирования, а также, в определенной степени, использование корпоративной электронной почты. С учетом современного опыта развития ИКТ и повышением роли онлайн- систем как агрегаторов верифицируемой и обновляемой информации в сети Интернет, наиболее перспективным вариантом из вышеперечисленного следует признать использование интернет-агрегаторов.

Так как промышленный туризм имеет ряд специфических особенностей реализации туристского продукта, то информация, размещенная на специализированных информационных ресурсах, должна быть подготовлена соответствующим образом, начиная с этапа ознакомления с предложением

(посредством рекламы или иными способами), заканчивая покупкой билета на экскурсию и подготовкой к самому мероприятию.

На данный момент многие российские сайты ограничиваются лишь общей информацией о возможности посещения предприятия с экскурсией и контактными данными ответственных лиц или туристских организаций. Более подробную информацию можно найти у агрегаторов, но информация о проведении экскурсии так же ограничивается возможностью оставить свои данные, для того чтобы с клиентом связался специалист поддержки портала. Например, в таблице 2.7 представлена статистика посещений и просмотров ряда российских информационных порталов, на которых размещены данные о туристских продуктах в сфере промышленного туризма.

Таблица 2.7

Статистика посещений и просмотров ряда российских информационных порталов (составлено на основании [153],[154], [155],[160]).

Сайт	Посещаемость в день	Просмотры в день
promtourism. online	150	30
promtourism.ru	30	70
extraguide.ru	10400	23500

Как видно из представленных данных, посещаемость сайта promtourism. online значительно превышает количество просмотров, что может говорить о том, что этот сайт используется целенаправленно как туроператорами, которые отслеживают обновляющуюся информацию о новых локациях, так и частными экскурсоводами. Так или иначе, сайт больше ориентирован на узкий круг пользователей. Самостоятельно турист, желающий посетить предприятие с развлекательной или профессиональной целью, вряд ли сможет легко и быстро найти нужную ему информацию. Для аналитического сравнения в таблице также приведена информация по просмотрам и посещаемости агрегатора extraguide.ru. Аналитика посещаемости сайта приведена в целом по всем видам услуг, так как агрегатор не имеет отдельного раздела, связанного с программами промышленного туризма.

Вариант 2 Создание единой цифровой среды как технологической основы проектирования и организации туров промышленного туризма, которая бы позволяла повысить уровень взаимодействия участников рынка промышленного туризма (в рамках задачи 2.1 «Определение перспективных цифровых технологий в зависимости от специфики реализации туров промышленного туризма»).

Несмотря на различные варианты направлений цифровизации, которые влияют на рынок промышленного туризма, изменяя его функциональное и инфраструктурное содержание, тесно связаны с необходимостью развития цифровой среды, которая была бы приемлема для всех участников данного рынка и учитывала бы его специфику с организационно-экономической точки зрения.

Актуальность развития цифровых сервисов по бронированию экскурсий на предприятиях промышленного сектора, заключается так же в том, что, как правило, посещение заводов и фабрик не планируется и не воспринимается туристами как отдельный вид путешествия, а скорее является дополняющим посещение региона или соответствующей достопримечательности. Например, основная часть туристов, посещающих Сахалин изначально ориентированы на природные достопримечательности, но их досуг можно разнообразить посещением ООО «Сахалинская Энергия» [122]. На данном предприятии туристам предлагают пройти по «заповедным» местам: увидеть действующие производственные площадки, проследить весь путь, как газ попадает в дома по всей России. На предприятии работают специалисты, которые рассказывают об истории предприятия, примерах карьерного роста среди простых рабочих, профессиях, которые необходимо освоить для работы в энергетической сфере и т.д.

Как показывает практический опыт, в случае самостоятельного путешествия заинтересованному клиенту трудно найти и забронировать экскурсию на конкретное предприятие, т.к. даже на рассматриваемых выше акселераторах не всегда представлен полный спектр всех организаций,

которые предлагают посещение своего производства. Как правило, они ограничиваются размещением информации на своем собственном сайте, не прибегая к услугам посредников, что создает значительные трудности в коммуникации с туристом и негативно отражается на потенциальном уровне спроса на программы промышленного туризма [156].

Одной из потенциальных причин развития такого рода ситуации может быть неготовность промышленного предприятия к участию в качестве субъекта действий на рынке промышленного туризма по целому ряду объективных причин внутреннего характера, среди которых можно отдельно выделить:

- причины технического характера (невозможность обеспечить безопасность туристов в процессе проведения экскурсии, устаревший цикл производства, отсутствие возможности доступа к отдельным стадиям технологического процесса и т.д.),

- причины экономического характера (отсутствие необходимых средств на оснащение имеющихся производственных помещений под запросы потенциальных туристов, необходимость дополнительных расходов, в том числе на информационную и рекламную поддержку проекта и т.д.),

- причины социального характера (неготовность технического и управленческого персонала к участию в программах промышленного туризма, несоответствие проектов требованиям внутреннего распорядка или принятым нормам организационной культуры и т.д.),

- причины психологического характера (неготовность руководителя или собственника предприятия к подобного рода диверсификации бизнеса, наличие сомнений относительно рентабельности проекта и его жизнеспособности в длительной перспективе) [28].

В дополнение к вышесказанному, необходимо отметить и значительное влияние внешних факторов, которые не всегда способствуют успешному информационному сопровождению проектов и программ промышленного туризма.

Как видно из представленных примеров, перед объединенным агрегатором, ориентированным на промышленный туризм, стоит большая задача, в частности, по модернизации формы размещения информации на своем портале. Кроме доступности описания для самого туриста, информация должна быть представлена как для бизнес-туристов, так и для профессионалов (менеджеров и руководителей), с целью вовлечения последних в процесс организации той или иной туристской услуги на своем предприятии.

Рассмотрим основной элемент информационного портала, аккумулирующего данные о программах промышленного туризма – процесс бронирования экскурсии частным лицом. На данный момент, система бронирования по своему типу взаимодействия с потребителем, в основном, является телефонной. Можно говорить о попытках сделать комбинированный тип бронирования, но, тем не менее, к полноценному электронному онлайн бронированию рассмотренные в данном исследовании акселераторы еще не пришли.

Существенным недостатком системы бронирования туров на промышленные предприятия является отсутствие визуального расписания о возможности посещения по конкретным дням и часам. Также среди недостатков следует отметить невозможность совершения оплаты в режиме реального времени, что также снижает потенциальный уровень спроса на туристские услуги.

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о том, что унифицированная цифровая среда российского рынка промышленного туризма предполагает:

- разработку нормативно-правового регламента со стороны государства с точки зрения определения порядка ее создания, функционирования и регулирования для обеспечения защиты интересов всех участников рынка в стратегической перспективе,

- определение институциональных основ и закрепление ответственности за обеспечение функционирования единой цифровой среды рынка

промышленного туризма. В данном случае, по нашему мнению, представляется целесообразным концентрация административных полномочий в рамках деятельности любого из крупнейших российских ассоциаций или объединений в сфере туризма (например, Российский союз туристической индустрии (РСТИ), Ассоциация туроператоров России (АТОР), Национальная Академия Туризма (НАТ)) [29].

-обеспечение взаимосвязи отечественных производителей ПО, информационных и цифровых технологий и предпринимательского сектора рынка промышленного туризма и ряд других организационно-экономических мероприятий на основе формирования кластерных структур латерального типа.

Преимущества создания латеральных кластеров и, в целом, кластеризации рынка промышленного туризма обусловлена необходимостью повышения эффективности организации промышленных туров и роста их конкурентоспособности по сравнению с другими видами туризма не только на внутреннем, но и на международном рынке туризма. Создание именно латеральных кластеров предусматривает активное вовлечение в процесс разработки и реализации туристских продуктов не только непосредственных участников рынка, локализованных на определенной территории, но и образовательных организаций уровня СПО и ВО. В случае промышленного туризма это весьма оправданно не только с точки зрения того, что обучающиеся и члены их семей могут потенциальными туристами, но и в контексте обеспечения их занятости в организации промышленных туров в различных регионах страны.

-ряд других организационно-управленческих мероприятий (техническое оснащение цифровой платформы, возможность ее интеграции с уже существующими цифровыми платформами и сервисами, связанными с туристской индустрией, оказанием государственных услуг и т.д., возможная модернизация в стратегической перспективе и т.п.).

Резюмируя все вышесказанное, необходимо отметить актуальность разработки и внедрения единой, многофункциональной системы информационно-аналитического сопровождения рынка промышленного туризма в России, которая учитывала бы возможности и потенциал использования ИКТ и цифровых технологий. Создание подобного рода цифровой платформы будет способствовать расширению практики информатизации и цифровизации и по другим выше перечисленным направлениям использования ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма в России с учетом необходимости обеспечения роста внутреннего туристского потока и технологического суверенитета в российском промышленном производстве.

По нашему мнению, отдельного внимания требуют такие направления как формирование методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма и разработка рейтинга участников российского сегмента данного рынка, учитывающего уровень технологической обеспеченности процесса создания и реализации туристских продуктов в сфере промышленного туризма, что нашло свое отражение в третьей главе диссертационного исследования.

3. Методические рекомендации по оценке уровня развития российского рынка промышленного туризма

3.1. Разработка методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма

Как уже было сказано ранее в предыдущем параграфе, одним из важных направлений перспективного развития рынка промышленного туризма как за рубежом, так и в отечественной практике, следует признать увеличение уровня эффективного использования ИКТ и цифровых технологий в рамках основных направлений деятельности и бизнес-процессов непосредственных участников рынка, прежде всего, представителей предпринимательского сектора. В связи с этим представляется весьма актуальным разработка методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма, основные этапы апробации которой представлены нами на рисунке 3.1.

Как видно из данного рисунка, нами предлагается выделение нескольких возможных подходов к определению этапов апробации методики в практических условиях:

-детализированный подход (8 основных этапов²), которые отражают последовательность проведения исследования относительно оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма,

-укрупненный подход (4 основных этапа³), который подразумевает распределение этапов с точки зрения их значимости для проведения оценки. В данном случае можно выделить: I-подготовительный этап (соответствует 1 этапу исследования), II – этап теоретического обоснования проведения

² Обозначены арабскими цифрами

³ Обозначены римскими цифрами и выделены разделительными линиями

исследования (соответствует 2-5 этапам исследования), III – этап практической реализации исследования (соответствует 6-7 этапам исследования), IV – этап – разработка предложений и рекомендаций по итогам исследования (соответствует 8 этапу исследования).

При этом два этих подхода не противоречат друг другу и являются дополняющими с точки зрения достижения цели проведения исследования. Рассмотрим более подробно практический опыт апробации нами данной методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма с точки зрения детализированного подхода.

1. В качестве цели исследования рассматривается проведение оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма на основе верифицируемой и комплексной информации о субъектах рынка промышленного туризма.

Задачи исследования определены в соответствии с этапами проведения методики, а именно, например, определение ключевых областей производственно-хозяйственной деятельности участников для проведения оценки, обоснование и выбор цифровых технологий, используемых на рынке промышленного туризма и т.д. Таким образом, можно говорить о том, что количество задач исследования совпадает с теми организационно-управленческими действиями и мероприятиями, которые проводятся на каждом из этапов апробации методики.

В качестве основного метода проведения оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма нами был выбран непосредственный опрос участников рынка промышленного туризма на основании заполнения комплексной анкеты, которая была выслана им посредством использования электронной почты и ресурсов социальных сетей (при наличии). Кроме того, при формировании итоговых количественных показателей были использованы:

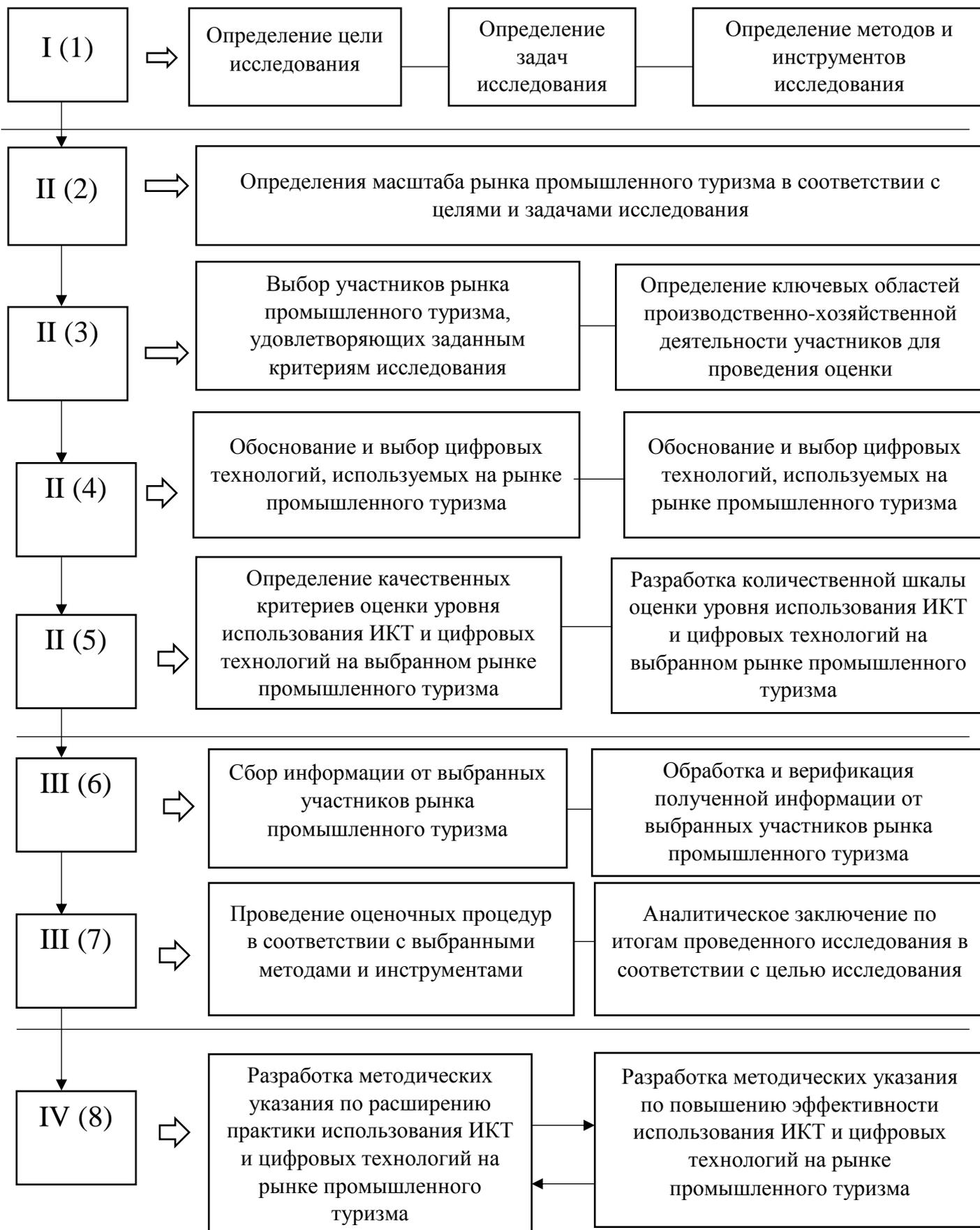


Рисунок 3.1- Этапы методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма (авторские разработки)

-исследование официальных статистических данных, в том числе изучение информации на порталах участников рынка, в том числе органов территориального управления, с точки зрения верификации полученных данных анкетного опроса,

-использование собственного авторского мнения по ряду ключевых областей производственно-хозяйственной деятельности отдельных участников рынка промышленного туризма с точки зрения верификации полученных данных анкетного опроса.

Необходимо отметить, что при проведении исследования нами не использовался инструментарий экспертной оценки, что связано с отсутствием достаточного количества экспертов, которые могли бы достоверно оценить степень использования того или иного ИКТ или цифровой технологии у выбранных участников рынка в связи с определенным уровнем коммерческой тайны и закрытостью доступа к такого рода данным.

2. На втором этапе нами был выбран региональный масштаб рынка промышленного туризма в связи с возможностью сбора и обработки достаточного объёма аналитических данных, которые могли быть использованы для достижения цели и задач исследования.

В качестве региона исследования выступила Тульская область. Данный регион был выбран как исходя из собственных знаний и представлений автора об уровне развития промышленного туризма, так и с точки зрения высоких позиций субъектов регионального рынка на национальном уровне в контексте роста туристских потоков и повышения значимости данного сегмента для региональной экономики. Кроме того, при выборе региона учитывался его накопленный промышленный потенциал, включающий в себя действующие промышленные объекты, которые могут быть использованы для целей туризма и рекреации.

3. В качестве участников промышленного туризма было отобраны ведущие предприятия и организации Тульской области (таблица 3.1), отвечающие трем основным критериям:

1. Предприятия и организации являются действующими производствами любого вида товара либо задействованы в процессе оказания ряда услуг населению, расположенными на территории Тульской области, включая областной центр – г. Тулу, а также обладают определенным набором традиционных или инновационных технологических процессов, которые представляют интерес в качестве объекта туристского показа,

2. Предприятия являются участниками регионального рынка промышленного туризма и могут быть разделены на три базовых уровня с точки зрения уровня вовлеченности в рыночные процессы:

-уровень 1 (Высокий) – активное позиционирование на рынке промышленного туризма в течении долгосрочного периода времени; высокий уровень диверсификации туристского продукта в зависимости от категории потребителя; высокий или средний уровень доступности туристских услуг; оказание туристских услуг рассматривается как один из основных источников получения коммерческой прибыли,

-уровень 2 (Средний) – позиционирование на рынке промышленного туризма в течении среднесрочного\краткосрочного периода времени; средний уровень диверсификации туристского продукта в зависимости от категории потребителя; средний уровень доступности туристских услуг; оказание туристских услуг рассматривается как дополнительный устойчивый источник получения коммерческой прибыли,

-уровень 3 (Низкий) – позиционирование на рынке промышленного туризма в течении краткосрочного периода времени; низкий уровень диверсификации туристского продукта; средний\низкий уровень доступности туристских услуг; оказание туристских услуг рассматривается как дополнительный нерегулярный источник получения коммерческой прибыли.

3. Возможность сбора верифицируемых и актуальных данных об использовании ИКТ и цифровых технологий с каждого выбранного участника регионального рынка промышленного туризма.

Таблица 3.1

Предприятия и организации Тульской области-участники рынка
промышленного туризма (на основании собственной оценки автора и
интернет-порталов предприятий [123-142])

№	Наименование предприятия, территориальное расположение	Отраслевая направленность	Оценка уровня участия на рынке промышленного туризма
1	АО «Машзавод «Штамп» им. Ванникова, г. Тула	Компания производит самовары и схожую продукцию	Средний
2	ООО "Кирпичный завод БРАЕР", п. Обидимо	Основной вид продукции, выпускаемой заводом - керамический кирпич	Высокий
3	АО "Конструкторское бюро приборостроения им. Академика А. Г. Шипунова", г. Тула	Предприятие ведет разработку противотанковых ракетных комплексов, артиллерийских комплексов управляемого вооружения, комплексов ПВО	Начальный
4	ПАО "Императорский тульский оружейный завод", г. Тула	Предприятие оборонной промышленности по производству оружия, также выпускает охотничье и спортивное стрелковое оружие.	Средний
5	АО Тульский патронный завод (ТПЗ), г. Тула	Предприятие патронной отрасли	Начальный
6	АО Тульский молочный комбинат (ТМК), г. Тула	Комбинат производит молочные и кисломолочные продукты, сыры, биопродукты.	Высокий
7	ПАО "Тульская кондитерская фабрика "Ясная поляна", г. Тула	Производство кондитерских изделий	Высокий
8	АО «Тулажелдормаш», г. Тула	Компания производит тяжёлую путевую технику и оборудование для железнодорожных путей	Начальный
9	ООО "ОКТАВА ДМ", г. Тула	Выпускает средства связи, как для специального, так и для гражданского использования.	Высокий
10	АО «Трикотажная фирма «Заря», г. Тула	Предприятие производит школьную форму, бельевой трикотаж и другое.	Средний
11	Тульский филиал ООО Балтика «Тульский пивзавод», г. Тула	Пивоварение	Высокий
12	ООО Тульская Гармонь, г. Тула	Производство музыкальных инструментов	Средний
13	Карамельная компания «Тульский леденец» ООО «Олимп», г. Тула	Компания занимается производством фигурной карамели на палочке.	Средний

14	ООО "ТСФ "Придворный Фабрикантъ", г. Тула	Производство эксклюзивных коллекционных самоваров и сувениров из латуни и меди.	Средний
15	ООО «Суворовские Конфеты», г. Суворов	Производство кондитерских изделий	Средний
16	ПАО «Новомосковский машиностроительный завод» (НМЗ), п. Шахта	Завод производит продукцию городского электротранспорта и насосное оборудование, и фасонное стальное и чугунное литье.	Начальный
17	АО "Косогорский металлургический завод" (КМЗ), п. Косая Гора	Завод осуществляет производство высокочистого доменного чугуна, ферромарганца, промышленного и художественного литья.	Начальный
18	АО «Новомосковская акционерная компания „Азот“», г. Новомосковск	Предприятие производит аммиак и азотное удобрение	Начальный
19	АО «Комбайнмашстрой», г. Тула	Компания специализируется на производстве малогабаритных тракторов для сельского хозяйства	Начальный
20	ООО «Рыбоводческое предприятие «Приокское», г. Алексин	Предприятие выращивает рыбу и производит икру осетровых пород премиум-класса	Высокий

В качестве ключевых областей производственно-хозяйственной деятельности выбранных участников рынка промышленного туризма Тульской области для проведения оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий были выбраны (исходя из последовательности их непосредственной реализации в практической деятельности):

1. Проведение маркетинговых исследований рынка промышленного туризма,
2. Разработка туристского продукта промышленного туризма,
3. Реализация туристского продукта промышленного туризма,
4. Использование механизма обратной связи и формирование лояльности потребителя на рынке промышленного туризма.

Каждая из областей производственно-хозяйственной деятельности оценивается как с точки зрения использования ИКТ, так и цифровых

технологий исключительно в контексте участия на рынке промышленного туризма.

4. Следующий этап исследования связан с выбором тех ИКТ и цифровых технологий, которые являются наиболее актуальными и эффективными с точки зрения интересов участия предпринимательских структур на рынке промышленного туризма (таблица 3.2).

Таблица 3.2

Выбранные типы и виды ИКТ и цифровых технологий для проведения оценочных процедур (авторские разработки)

№	Наименование ИКТ	Наименование цифровой технологии
1	Собственный интернет-ресурс (наличие официального интернет-портала предприятия или организации, включая социальные сети)	Технологии больших данных
2	Интернет-портал органа территориального управления (ТУ) (наличие информации об участнике на соответствующих страницах органа ТУ)	Облачные сервисы
3	Интернет-агрегатор	Цифровые платформы
4	Широкополосный фиксированный интернет	Геоинформационные системы (ГИС)
5	Корпоративная электронная почта	Интернет вещей
6	ERP-системы	RFID-технологии
7	CRM-системы	Технологии искусственного интеллекта (ИИ)
8	Электронный документооборот	Промышленные роботы

5. На следующем этапе предлагается выделять шесть категорий, на которые можно разделить выбранных участников рынка промышленного туризма Тульской области, которые характеризуют уровень использования ИКТ и цифровых технологий. Соотнесение с определенной категорией соответствует количеству баллов, которые количественно отражают характеризуемый уровень использования ИКТ и цифровых технологий (от «0» до «6» баллов). Качественные и количественные характеристики оценки представлены нами в таблице 3.3.

Таблица 3.3

Характеристики для оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий участников рынка промышленного туризма (авторские разработки)

Уровень	Качественная характеристика уровня (краткое описание)	Количественная характеристика уровня (баллы)
<i>Начальный (низкий) уровень использования ИКТ\цифровых технологий</i>		
А	ИКТ\ цифровая технология не используется и не планируется к использованию на предприятии применительно к выбранной области производственно-хозяйственной деятельности в рамках программ промышленного туризма	0
В	ИКТ\ цифровая технология не используется, но планируется к использованию в краткосрочном или среднесрочном периоде применительно к выбранной области производственно-хозяйственной деятельности в рамках программ промышленного туризма	1
<i>Средний уровень использования ИКТ\цифровых технологий</i>		
С	ИКТ\ цифровая технология используется в рамках схожих областей производственно-хозяйственной деятельности, в том числе основной, но не применяется в условиях выбранной области производственно-хозяйственной деятельности в рамках программ промышленного туризма. Количественное значение уровня отражает наличие опыта использования технологии на предприятии.	2
Д	Частично используется при организации отдельных туров и реализации проектов применительно к выбранной области производственно-хозяйственной деятельности в рамках программ промышленного туризма. Ориентация на ИКТ\цифровые технологии, которые уже используются в основной деятельности и не всегда соответствующие современным тенденциям в области информатизации\ цифровизации	3
<i>Высокий уровень использования ИКТ\цифровых технологий</i>		
Е	Активно используется при организации туров и реализации проектов в области промышленного туризма в течении краткосрочного или среднесрочного периода. Ориентация на ИКТ\цифровые технологии, которые уже используются в основной деятельности и соответствуют современным тенденциям в области информатизации\ цифровизации	4
Ф	Активно используется при организации туров и реализации проектов в области промышленного туризма в течении долгосрочного или среднесрочного периода. Ориентация на	5

	ИКТ\цифровые технологии, адаптированные к реализации программ промышленного туризма и соответствующие современным тенденциям в области информатизации\цифровизации	
--	--	--

6. По итогам проведения шестого и седьмого этапа нами составлены следующие аналитические таблицы, которые отражают:

-оценку уровня использования отдельных ИКТ на этапе проведения маркетинговых исследований рынка промышленного туризма (таблица 3.4), на этапе разработки туристского продукта промышленного туризма (таблица 3.5), на этапе реализации туристского продукта промышленного туризма (таблица 3.6), на этапе использования механизма обратной связи и формирования лояльности потребителя на рынке промышленного туризма (таблица 3.7) на предприятиях Тульской области,

-оценку уровня использования отдельных цифровых технологий на этапе проведения маркетинговых исследований рынка промышленного туризма (таблица 3.8), на этапе разработки туристского продукта промышленного туризма (таблица 3.9), на этапе реализации туристского продукта промышленного туризма (таблица 3.10), на этапе использования механизма обратной связи и формирования лояльности потребителя на рынке промышленного туризма (таблица 3.11) на предприятиях Тульской области,

-сводные данные об уровне использования ИКТ с точки зрения выбранных областей производственно-хозяйственной деятельности участников рынка промышленного туризма Тульской области (таблица 3.12),

-сводные данные об уровне использования цифровых технологий с точки зрения выбранных областей производственно-хозяйственной деятельности участников рынка промышленного туризма Тульской области (таблица 3.13).

Таблица 3.4

Оценка уровня использования отдельных ИКТ на этапе проведения маркетинговых исследований рынка промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемого ИКТ								Σ баллов
		Собственный интернет-ресурс	Интернет-портал органа ТУ	Интернет-агрегатор	Широкополосный фиксированный интернет	Корпоративная электронная почта	ERP-системы	CRM-системы	Электронный документооборот	
1	Машзавод «Штамп»	4	3	4	4	5	4	4	4	32
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	5	4	5	5	5	4	5	5	38
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	2	2	3	2	4	2	1	3	19
4	"Императорский тульский оружейный завод"	1	1	2	2	3	2	2	2	15
5	ТПЗ	2	2	1	2	3	1	2	2	15
6	ТМК	3	4	3	3	4	3	3	3	26
7	"Ясная поляна",	5	4	5	4	5	4	4	4	35
8	«Тулажелдормаш»,	1	1	2	2	1	2	1	2	12
9	"ОКТАВА ДМ"	4	3	2	4	3	4	4	3	27
10	«Заря»	2	2	2	3	2	2	2	2	17
11	«Тульский пивзавод»	4	3	4	4	3	4	4	3	29
12	«Тульская Гармонь»	2	1	2	1	2	1	2	1	12
13	«Тульский леденец»	3	2	4	3	2	2	3	2	21
14	«Придворный Фабрикантъ"	3	2	3	3	3	3	2	2	21
15	«Суворовские Конфеты»	5	4	4	4	4	4	5	3	33
16	НМЗ	1	1	2	2	2	2	1	1	12
17	КМЗ	1	1	1	2	1	1	1	2	10
18	«Азот»	2	1	3	2	1	2	2	1	14
19	«Комбайнмашстрой»	1	1	2	1	1	2	1	1	10
20	«Приокское»	4	3	4	2	2	3	2	2	22
	Σ баллов	55	45	58	55	56	52	51	48	

Таблица 3.5

Оценка уровня использования отдельных ИКТ на этапе разработки туристского продукта промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемого ИКТ							Σ баллов	
		Собственный интернет-ресурс	Интернет-портал органа ТУ	Интернет-агрегатор	Широкополосный фиксированный интернет	Корпоративная электронная почта	ERP-системы	CRM-системы		Электронный документооборот
1	Машзавод «Штамп»	4	1	1	4	0	4	4	0	18
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	3	1	2	3	1	3	4	0	17
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	3	1	1	3	0	3	3	0	14
4	"Императорский тульский оружейный завод"	3	2	1	4	1	3	3	0	17
5	ТПЗ	4	1	2	4	0	3	3	0	17
6	ТМК	4	1	1	4	0	4	4	1	19
7	"Ясная поляна",	4	2	2	2	0	2	2	0	14
8	«Тулажелдормаш»,	3	1	1	2	0	1	2	0	10
9	"ОКТАВА ДМ"	4	1	1	3	0	2	2	0	13
10	«Заря»	2	1	1	2	0	1	1	0	8
11	«Тульский пивзавод»	4	1	2	3	1	2	2	0	15
12	«Тульская Гармонь»	3	2	1	2	1	3	3	0	15
13	«Тульский леденец»	4	2	1	3	1	2	2	0	15
14	«Придворный Фабрикантъ"	4	1	2	4	1	3	3	0	18
15	«Суворовские Конфеты»	4	1	1	3	0	3	3	0	15
16	НМЗ	4	2	2	3	0	2	2	0	15
17	КМЗ	3	1	1	3	0	3	3	0	14
18	«Азот»	4	2	1	3	0	2	2	0	14
19	«Комбайнмашстрой»	4	1	1	3	1	2	3	0	15
20	«Приокское»	5	2	2	4	2	4	4	1	24
	Σ баллов	73	27	27	62	9	52	55	2	

Таблица 3.6

Оценка уровня использования отдельных ИКТ на этапе реализации туристского продукта промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемого ИКТ								Σ баллов
		Собственный интернет-ресурс	Интернет-портал органа ТУ	Интернет-агрегатор	Широкополосный фиксированный интернет	Корпоративная электронная почта	ERP-системы	CRM-системы	Электронный документооборот	
1	Машзавод «Штамп»	3	2	3	3	0	1	2	1	15
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	5	3	5	4	1	1	2	2	23
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	4	2	3	4	0	2	3	1	19
4	"Императорский тульский оружейный завод"	4	2	5	3	1	1	2	2	20
5	ТПЗ	3	0	4	2	1	1	2	1	14
6	ТМК	4	1	2	4	0	1	2	1	15
7	"Ясная поляна",	5	1	5	3	1	1	2	2	20
8	«Тулажелдормаш»,	2	2	2	3	1	0	1	1	12
9	"ОКТАВА ДМ"	5	1	5	4	1	1	2	1	20
10	«Заря»	4	2	2	2	1	1	2	1	15
11	«Тульский пивзавод»	5	2	5	3	1	2	2	3	23
12	«Тульская Гармонь»	4	1	3	3	0	1	2	2	16
13	«Тульский леденец»	3	1	3	3	0	1	2	1	14
14	«Придворный Фабрикантъ»	4	1	1	3	0	1	3	2	15
15	«Суворовские Конфеты»	5	1	5	4	1	1	2	1	20
16	НМЗ	2	2	2	3	1	1	1	1	13
17	КМЗ	4	2	2	3	1	1	2	2	17
18	«Азот»	3	2	2	4	1	1	1	1	15
19	«Комбайнмашстрой»	2	3	2	3	1	1	2	1	15
20	«Приокское»	4	2	5	4	1	2	3	3	24
	Σ баллов	75	33	66	65	14	22	40	30	

Таблица 3.7

Оценка уровня использования отдельных ИКТ на этапе использования механизма обратной связи и формирования лояльности потребителя на рынке промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемого ИКТ								Σ баллов
		Собственный интернет-ресурс	Интернет-портал органа ТУ	Интернет-агрегатор	Широкополосный фиксированный интернет	Корпоративная электронная почта	ERP-системы	CRM-системы	Электронный документооборот	
1	Машзавод «Штамп»	3	1	3	3	3	1	2	0	16
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	4	1	4	3	4	1	3	0	20
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	3	1	3	3	3	1	2	0	16
4	"Императорский тульский оружейный завод"	4	1	4	3	4	1	3	0	20
5	ТПЗ	2	1	2	2	4	1	2	0	14
6	ТМК	3	1	3	3	3	1	3	0	17
7	"Ясная поляна",	5	1	5	4	5	2	3	0	25
8	«Тулажелдормаш»,	4	1	4	4	4	3	3	1	24
9	"ОКТАВА ДМ"	3	2	3	3	4	2	3	0	20
10	«Заря»	3	2	3	3	4	1	3	0	19
11	«Тульский пивзавод»	5	3	5	4	5	2	2	0	26
12	«Тульская Гармонь»	3	1	3	3	3	1	2	0	16
13	«Тульский леденец»	4	2	4	3	4	1	3	0	21
14	«Придворный Фабрикантъ"	3	1	3	3	3	1	2	0	16
15	«Суворовские Конфеты»	5	3	5	3	4	1	3	0	24
16	НМЗ	3	1	3	3	4	2	3	0	19
17	КМЗ	3	2	3	3	3	1	2	0	17
18	«Азот»	3	1	3	3	3	1	3	0	17
19	«Комбайнмашстрой»	4	2	4	3	4	1	4	1	23
20	«Приокское»	4	3	4	4	5	2	4	1	27
	Σ баллов	71	31	71	63	76	27	55	3	

Таблица 3.8

Оценка уровня использования отдельных цифровых технологий на этапе проведения маркетинговых исследований рынка промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемой цифровой технологии								Σ баллов
		Технологии больших данных	Облачные сервисы	Цифровые платформы	ГИС	Интернет вещей	RFID-технологии	Технологии ИИ	Промышленные роботы	
1	Машзавод «Штамп»	2	2	3	3	0	0	2	0	12
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	2	2	3	2	0	0	2	0	11
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	2	2	1	2	0	0	1	0	8
4	"Императорский тульский оружейный завод"	2	2	1	2	0	0	2	0	9
5	ТПЗ	1	2	1	1	0	0	1	0	6
6	ТМК	1	2	3	1	0	0	1	0	8
7	"Ясная поляна",	1	1	3	1	0	0	1	0	7
8	«Тулажелдормаш»,	1	1	1	1	0	0	1	0	5
9	"ОКТАВА ДМ"	1	1	4	2	0	0	3	0	11
10	«Заря»	1	1	1	1	0	0	1	0	5
11	«Тульский пивзавод»	2	2	3	1	0	0	3	0	11
12	«Тульская Гармонь»	1	1	3	1	0	0	1	0	7
13	«Тульский леденец»	1	1	4	1	0	0	1	0	8
14	«Придворный Фабрикантъ"	2	2	3	2	0	0	3	0	12
15	«Суворовские Конфеты»	1	1	4	1	0	0	2	0	9
16	НМЗ	1	1	1	1	0	0	1	0	5
17	КМЗ	3	2	1	1	0	0	1	0	8
18	«Азот»	2	1	1	1	0	0	1	0	6
19	«Комбайнмашстрой»	2	1	1	1	0	0	1	0	6
20	«Приокское»	3	2	4	1	0	0	2	0	12
	Σ баллов	32	30	46	27	0	0	31	0	

Таблица 3.9

Оценка уровня использования отдельных цифровых технологий на этапе разработки туристского продукта промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемой цифровой технологии								Σ баллов
		Технологии больших данных	Облачные сервисы	Цифровые платформы	ГИС	Интернет вещей	RFID-технологии	Технологии ИИ	Промышленные роботы	
1	Машзавод «Штамп»	3	3	3	3	1	0	3	0	16
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	1	2	3	3	1	0	0	0	10
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	2	2	1	2	0	0	0	0	7
4	"Императорский тульский оружейный завод"	3	3	3	3	0	0	3	0	15
5	ТПЗ	1	1	1	1	0	0	0	0	4
6	ТМК	1	2	2	1	0	0	0	0	6
7	"Ясная поляна",	3	3	3	3	1	0	3	0	16
8	«Тулажелдормаш»,	1	1	1	1	0	0	1	0	5
9	"ОКТАВА ДМ"	3	3	3	3	1	0	3	0	16
10	«Заря»	1	0	1	1	0	0	0	0	3
11	«Тульский пивзавод»	3	3	3	3	1	0	3	0	16
12	«Тульская Гармонь»	1	0	1	1	0	0	0	0	3
13	«Тульский леденец»	0	0	2	1	0	0	0	0	3
14	«Придворный Фабрикантъ"	0	0	1	1	0	0	0	0	2
15	«Суворовские Конфеты»	3	3	3	3	1	0	3	0	16
16	НМЗ	2	1	2	1	0	0	1	0	7
17	КМЗ	2	1	1	1	0	0	1	0	6
18	«Азот»	1	1	1	1	0	0	0	0	4
19	«Комбайнмашстрой»	1	1	2	2	0	0	0	0	6
20	«Приокское»	2	3	3	3	1	0	3	0	15
	Σ баллов	34	33	40	38	7	0	24	0	

Таблица 3.10

Оценка уровня использования отдельных цифровых технологий на этапе реализации туристского продукта промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемой цифровой технологии								Σ баллов
		Технологии больших данных	Облачные сервисы	Цифровые платформы	ГИС	Интернет вещей	RFID-технологии	Технологии ИИ	Промышленные роботы	
1	Машзавод «Штамп»	3	4	4	2	3	2	1	1	20
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	3	5	5	1	5	5	4	5	33
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	4	4	3	3	2	3	3	1	23
4	"Императорский тульский оружейный завод"	3	4	3	3	5	3	3	4	28
5	ТПЗ	2	3	3	2	2	0	1	3	16
6	ТМК	2	5	4	1	5	3	3	1	24
7	"Ясная поляна",	2	5	3	1	4	4	1	1	21
8	«Тулажелдормаш»,	2	3	2	3	1	2	1	1	15
9	"ОКТАВА ДМ"	4	5	5	1	5	5	4	3	32
10	«Заря»	2	2	3	1	2	0	0	0	10
11	«Тульский пивзавод»	4	4	3	2	5	5	4	3	30
12	«Тульская Гармонь»	1	2	3	1	2	0	1	0	10
13	«Тульский леденец»	1	2	2	1	2	0	0	0	8
14	«Придворный Фабрикантъ"	2	3	2	1	3	0	0	0	11
15	«Суворовские Конфеты»	3	5	3	2	4	3	3	1	24
16	НМЗ	2	3	3	3	3	0	1	3	18
17	КМЗ	2	3	2	3	3	1	1	3	18
18	«Азот»	2	3	3	3	2	0	1	1	15
19	«Комбайнмашстрой»	2	4	2	2	2	0	0	3	15
20	«Приокское»	4	5	4	1	4	2	0	0	20
	Σ баллов	50	74	62	37	64	38	32	34	

Таблица 3.11

Оценка уровня использования отдельных цифровых технологий на этапе использования механизма обратной связи и формирования лояльности потребителя на рынке промышленного туризма на предприятиях Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	Наименование используемой цифровой технологии								Σ баллов
		Технологии больших данных	Облачные сервисы	Цифровые платформы	ГИС	Интернет вещей	RFID-технологии	Технологии ИИ	Промышленные роботы	
1	Машзавод «Штамп»	2	3	3	0	0	0	2	0	10
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	2	5	5	1	0	0	4	0	17
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	4	3	3	1	0	0	2	0	13
4	"Императорский тульский оружейный завод"	2	5	5	0	0	0	4	0	16
5	ТПЗ	1	3	3	0	0	0	1	0	8
6	ТМК	1	5	5	0	0	0	2	0	13
7	"Ясная поляна",	4	3	3	0	0	0	4	0	14
8	«Тулажелдормаш»,	1	3	3	0	0	0	1	0	8
9	"ОКТАВА ДМ"	2	5	5	1	0	0	3	0	16
10	«Заря»	1	2	2	0	0	0	1	0	6
11	«Тульский пивзавод»	4	5	5	1	0	0	1	0	16
12	«Тульская Гармонь»	1	3	3	0	0	0	1	0	8
13	«Тульский леденец»	1	2	2	0	0	0	1	0	6
14	«Придворный Фабрикантъ"	1	3	3	0	0	0	1	0	8
15	«Суворовские Конфеты»	4	4	4	0	0	0	2	0	14
16	НМЗ	2	4	4	0	0	0	1	0	11
17	КМЗ	2	4	4	0	0	0	1	0	11
18	«Азот»	2	5	5	0	0	0	1	0	13
19	«Комбайнмашстрой»	2	4	4	0	0	0	1	0	11
20	«Приокское»	3	5	5	0	0	0	1	0	14
	Σ баллов	42	76	76	4	0	0	35	0	

Таблица 3.12

Сводные данные об уровне использования ИКТ с точки зрения выбранных областей производственно-хозяйственной деятельности участников рынка промышленного туризма Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование ИКТ	Наименование области производственно-хозяйственной деятельности (ПХД)	Количество баллов, ед.	№ в рейтинге с точки зрения использования ИКТ по области ПХД	Примеры участников-лидеров по использованию ИКТ ⁴
1	Собственный интернет-ресурс	Проведение маркетинговых исследований	55	III	2,7,15
		Разработка туристского продукта	73	I	20
		Реализация туристского продукта	75	I	2,7,9,11,15
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	71	II	7,11,15
2	Интернет-портал органа ТУ	Проведение маркетинговых исследований	45	VII	2,6,7,15
		Разработка туристского продукта	27	V	4,7,12,13,16,18,20
		Реализация туристского продукта	33	V	2,19
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	31	V	11,15,20
3	Интернет-агрегатор	Проведение маркетинговых исследований	58	I	2,7
		Разработка туристского продукта	27	V	2,5,7,11,14,16,20
		Реализация туристского продукта	66	II	2,4,7,9,11,15,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	71	II	7,11,15
4	Широкополосный фиксированный интернет	Проведение маркетинговых исследований	55	III	2
		Разработка туристского продукта	62	II	1,4,5,6,14,20
		Реализация туристского продукта	65	III	2,3,6,9,15,18,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	63	III	7,8,11,20
5		Проведение маркетинговых исследований	56	II	1,7
		Разработка туристского продукта	9	VI	20

⁴ Указываются номера предприятий и организаций, соответствующие данным таблиц 3.4-3.7

	Корпоративная электронная почта	Реализация туристского продукта	14	VIII	2,4,5,7,8,9,10 и др.
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	76	I	7,11,20
6	ERP-системы	Проведение маркетинговых исследований	52	IV	1,2,7,9,11,15
		Разработка туристского продукта	52	IV	1,6,20
		Реализация туристского продукта	22	VII	3,11,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	27	VI	8
7	CRM-системы	Проведение маркетинговых исследований	51	V	2,15
		Разработка туристского продукта	55	III	1,2,6,20
		Реализация туристского продукта	40	IV	3,14,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	55	IV	19,20
8	Электронный документооборот	Проведение маркетинговых исследований	48	VI	2
		Разработка туристского продукта	2	VII	20
		Реализация туристского продукта	30	VI	11,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	3	VII	8,19,20

Таблица 3.13

Сводные данные об уровне использования цифровых технологий с точки зрения выбранных областей производственно-хозяйственной деятельности участников рынка промышленного туризма Тульской области (авторские разработки)

№	Наименование цифровой технологии	Наименование области производственно-хозяйственной деятельности (ПХД)	Количество баллов, ед.	№ в рейтинге с точки зрения использования цифровых технологий по области ПХД	Примеры участников-лидеров по использованию цифровых технологий ⁵
1	Технологии больших данных	Проведение маркетинговых исследований	32	II	17,20
		Разработка туристского продукта	34	III	1,4,7,9,15
		Реализация туристского продукта	50	IV	3,9,11,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	42	II	3,7,11,15
2	Облачные сервисы	Проведение маркетинговых исследований	30	IV	1,2,3,4,5,6 и др.
		Разработка туристского продукта	33	IV	1,4,7,9,11,15,20
		Реализация туристского продукта	74	I	2,6,7,9,15,20
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	76	I	2,4,6,9,11,18,20
3	Цифровые платформы	Проведение маркетинговых исследований	46	I	9,13,15,20
		Разработка туристского продукта	40	I	1,2,4,7,9,11,15,20
		Реализация туристского продукта	62	III	2,9
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	76	I	2,4,6,9,11,18,20
4	ГИС	Проведение маркетинговых исследований	27	V	1
		Разработка туристского продукта	38	II	1,2,4,7,9 и др.
		Реализация туристского продукта	37	VI	3,4,8,16,17,18
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	4	IV	2,3,9,11
5	Интернет вещей	Проведение маркетинговых исследований	0	-	-
		Разработка туристского продукта	7	VI	1,2,7,9,11,15,20

⁵ Указываются номера предприятий и организаций, соответствующие данным таблиц 3.8-3.11

		Реализация туристского продукта	64	II	2,4,6,9,11
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	0	-	-
6	RFID-технологии	Проведение маркетинговых исследований	0	-	-
		Разработка туристского продукта	0	-	-
		Реализация туристского продукта	38	V	2,9,11
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	0	-	-
7	Технологии ИИ	Проведение маркетинговых исследований	31	III	9,14
		Разработка туристского продукта	24	V	1,4,7,9,11,15,20
		Реализация туристского продукта	32	VII	2,9,11
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	35	III	2,4,7
8	Промышленные роботы	Проведение маркетинговых исследований	0	-	-
		Разработка туристского продукта	0	-	-
		Реализация туристского продукта	34	VII	2
		Обратная связь и формирование лояльности потребителя	0	-	-

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

-полученные результаты отражают общие тенденции процессов информатизации и цифровизации на российских предприятиях, представленные ранее в таблицах 2.5 и 2.6, а также подтверждают гипотезу относительно необходимости максимизации использования ИКТ и активизации внедрения цифровых технологий на рынке промышленного туризма в контексте повышения эффективности организации промышленных туров на конкретных предприятиях,

-наиболее оптимальным, с точки зрения организации промышленного туризма, выглядит применение тех ИКТ и цифровых технологий, которые уже используются в основной производственно-хозяйственной деятельности рассмотренных предприятий, так как приобретение и последующая эксплуатация данных технологий только в целях организации промышленных туров не будет способствовать достижению предельно допустимого уровня экономической эффективности,

-представленные данные отражают еще одну общую тенденцию – чем выше уровень участия промышленных предприятий на туристском рынке, тем больший интерес будут вызывать вложения в развитие процессов информатизации и цифровизации, так как только достижение стабильного туристского потока вне зависимости от внешних факторов, например, сезонности или изменения потребительских предпочтений, может обеспечить определенный уровень экономической эффективности ведения бизнеса на рынке промышленного туризма,

-необходимо также отметить, что рост использования ИКТ и цифровых технологий на российских предприятиях не всегда направлен только на достижение требуемых значений показателей экономической эффективности, он способствует и достижению целого ряда важных социальных эффектов от реализации программ в сфере промышленного туризма.

3.2 Рекомендации по формированию рейтингов, отражающих развитие рынка промышленного туризма в РФ на национальном и региональном уровне

Несмотря на стратегическую важность и значительные перспективы для развития промышленного туризма как весьма актуального вида туризма, с учетом тенденций современного потребления и необходимости освоения новых знаний и компетенций в условиях цифровых трансформаций в обществе, промышленный туризм на международном уровне не имеет четкого экономико-статистического и информационно-аналитического сопровождения, которое позволило бы количественно оценить основные показатели, отражающие вклад данного вида туризма в социально-экономического развитие на уровне мировой экономики. В связи с этим особую актуальность получают рейтинги, составленные международными организациями, профессиональными сообществами и объединениями, некоммерческими автономными организациями и другими независимыми участниками рынка промышленного туризма.

Например, Всемирная Туристская Организация, в рамках своих последних научно-аналитических изданий уделяет достаточно большое внимание вопросам: практической трансформации и адаптации туристского сектора к изменяющимся условиям рынка в связи с дестабилизирующим фактором влияния пандемии коронавируса и тому каким образом будет развиваться туристский бизнес после завершения пандемии ([87], [101], [108]), обзору лучших практик организации туристской деятельности в разных регионах мира ([80], [103]), общего статистического учета развития мирового туристского рынка по целому ряду базовых показателей, прежде всего количеству прибытий туристов во временном периоде, объему расходов по чеку среднего туриста, объему получаемых доходов в расчете на одного туриста, количеству занятых в индустрии туризма и т.д. ([99], [104]). Исключением из вышеупомянутых публикаций является отчет Всемирной Туристской Организации по вопросам развития медицинского туризма [81]

как отдельного перспективного вида туризма, что обусловлено, по нашему мнению, высокой значимостью медицинских услуг как во время пандемии коронавирусной инфекции, так и с точки зрения последующей профилактики и лечения последствий перенесенных заболеваний у достаточно большого количества населения из различных стран мира. При этом промышленный туризм в фактической отчетности данной организации не представлен как с точки зрения использования количественных показателей, так и с точки зрения формирования определенного рейтинга, на основе которого можно было бы ранжировать страны и регионы мира в контексте уровня промышленного туризма.

Актуальные тенденции и количественные изменения в некоторых сегментах индустрии туризма и смежных отраслей характеризуются на основе ежегодных отчетов экспертных или предпринимательских сообществ и ассоциаций, которые участвуют в процессе саморегулирования рынка. К числу таковых можно отнести:

-ежегодный отчет Themed Entertainment Association, который посвящается ключевым тенденциям и динамике развития индустрии развлечений и тематических парков в различных странах мира. В качестве базовых экономических показателей для оценки здесь используются: количество посетивших тематические парки в течение определенного периода времени, пропускная способность тематических парков, средний чек посетителя и т.д. [98],

-ежегодный отчет Medical Tourism Global Market Report, в котором анализируется состояние медицинского туризма как на уровне отдельных стран и микрорегионах, так и на мировом уровне с точки зрения тенденций внутреннего и въездного туризма, а также учитывая специфику отдельных видов и направлений медицинского и лечебно-оздоровительного туризма, в том числе с учетом влияния пандемии коронавируса и повышения риска распространения других серьезных инфекционных заболеваний [86],

-рейтинг «Top Global Business Travel Destinations», формируемый бизнес-ассоциацией «PAXES» и отражающий уровень развития делового туризма в ключевых бизнес-центрах мира на основе данных о динамике прибытий иностранных специалистов и количестве проведенных конгрессно-выставочных и представительских мероприятий с участием иностранных участников [79] и ряд других статических отчетов и сборников, издание которых носит перманентный характер.

Помимо исключительно статистических обзоров и отчетов профессиональных сообществ, весьма важным для оценки уровня развития любого вида туризма являются различные международные рейтинги и награды. Среди таковых стоит отметить премию «World Travel Awards», которая ежегодно отмечает значительные достижения в области туризма и рекреации как на международном, так и на региональном и национальном уровнях [106]. Анализируя интернет портал данной премии, можно отметить широкий спектр для вручения наград – от наград отдельным туристским дестинациям, городам, курортам и т.д. до номинаций, которые отражают уровень развития отдельных объектов туристской инфраструктуры (отелей, аэропортов, компаний, предлагающих услуги по аренде автомобилей для туристов и т.д.). Весьма важно подчеркнуть, что награды вручаются и с точки зрения выделения лучших представителей туристской индустрии, работающих в определенном туристском сегменте. Среди таких видов туризма учредители награды выделяют, в том числе, свадебный, деловой, событийный, приключенческий, гастрономический, культурно-познавательный, круизный и ряд других популярных видов туризма. Промышленный же туризм и его объекты инфраструктуры не нашли свое отражение при распределении наград в рамках «World Travel Awards».

Однако, некоторые частные экспертные консалтинговые организации пытаются дать собственную оценку роли и места промышленного туризма в устойчивом развитии крупнейших мировых дестинаций и стран.

Например, в соответствии с отчетом Future Market Insights (FMI), размер рынка промышленного туризма достигнет 1 663,6 млн долларов США в 2023 году. К 2033 году он превысит 18 739,3 млн долларов США, при том, что среднегодовой темп роста составит 27,4% в период с 2023 по 2033 гг. Согласно данному отчету, туристы в настоящее время могут посетить более 1100 промышленных направлений. Общий объем мирового туристского потока в сфере промышленного туризма составляет более 5 млн. человек. В отчете также отмечается, что с 2018 по 2022 год мировой рынок промышленного туризма демонстрировал среднегодовой темп роста около 14,6% [147]. Вместе с тем, представленный отчет не содержит конкретной методики, на основании которой авторы делают соответствующие выводы, что снижает ценность приведенных аналитических данных.

В российской практике инструмент рейтингования применительно к сфере туризма и рекреации, а также индустрии гостеприимства используется весьма часто, однако рынок промышленного туризма относительно недавно стал объектом для проведения подобного рода оценок со стороны профессионального сообщества.

В качестве примера национального рейтинга, который бы учитывал динамику развития и основные тенденции российского рынка промышленного туризма можно привести рейтинг «Промышленный туризм: лидеры России – 2023», проводимый с 2022 г. Деловым порталом «Управление производством». В 2023 г. участие в представлении данных для формирования национального рейтинга приняло более 250 отечественных компаний и предприятий промышленного и других секторов экономики [168].

Участники подавали информацию о развитии промышленного туризма за 2022 по целому ряду номинаций, а в качестве базового показателя для проведения оценки принимался объем туристского потока (количество посетителей во время экскурсионного обслуживания) (таблица 3.14).

Выбор такого показателя как основы для рейтингования обосновывался разработчиками рейтинга с точки зрения отсутствия других возможных верифицируемых данных, например отсутствие информации о выручке предприятий в связи с бесплатным характером проведения экскурсий. При этом данные анализируемого рейтинга, в большей степени, отражают позиции отдельных предприятий-участников, нежели уровень развития регионального рынка туризма.

Как видно из представленных данных таблицы 3.14, в большинстве своем, в лидерах по различным номинациям оказываются одни и те же предприятия, а сами номинации частично дублируют друг друга, что также свидетельствует о недостаточной проработке методических подходов к созданию подобного рейтинга. Кроме того, необходимо отметить, что участие в рейтинге предполагает внесение определенной платы с участника. Например, плата за внесение в новый рейтинг «Промышленный туризм: лидеры России – 2024» по итогам прошедшего 2023 г. составляет 18 тыс. рублей с одного участника [169].

В качестве недостатка рейтинга можно упомянуть и тот факт, что основной информацией для рейтингования служат данные предприятий без учета каких-либо дополнительных источников (например, органов территориального управления в сфере туризма и рекреации), что снижает уровень вероятности корректной верификации данных. Фактически данный рейтинг носит исключительно корпоративный характер, в большей степени ориентирован на формирование туристского бренда предприятий и является инструментом для продвижения собственных туристских продуктов. Еще одним недостатком рейтинга следует признать отсутствие взаимосвязи полученных результатов с процессами информатизации и цифровизации на рынке промышленного туризма в подавляющем большинстве номинаций (за исключением номинации № 6 - Лидеры по направлению «Виртуальные туры»).

Анализ ряда номинаций рейтинга «Промышленный туризм: лидеры России – 2023» (составлено на основе [170])

Номинация рейтинга	Участники рынка промышленного туризма-лидеры в номинации, их отраслевая принадлежность	Регион расположения	Количество посетителей, чел.
Номинация № 1 – Лидеры промышленного туризма России (по посещаемости)	Курская АЭС, энергетика	Курская область	8 821
	ЕВРАЗ дивизион "Урал", металлургия	Свердловская область	7 935
	УК "Брянский машиностроительный завод", машиностроение	Брянская область	3 700
Номинация № 4- Лидеры по направлению «Профорientационный туризм»	ЕВРАЗ дивизион "Урал", металлургия	Свердловская область	3 276
	Концерн "Калашников", машиностроение	Республика Удмуртия	2 500
	Курская АЭС, энергетика	Курская область	2 198
Номинация № 6- Лидеры по направлению «Виртуальные туры»	Молочный комбинат "САМАРАЛАКТО" (Данон Россия), пищевая промышленность	Самарская область	10 000
	УК "Брянский машиностроительный завод", машиностроение	Брянская область	9800
	ЕВРАЗ дивизион "Урал", металлургия	Свердловская область	1580
Номинация № 7 – Лидеры по направлению «Корпоративные музеи»	Концерн "Калашников" (Музей "Ижмаш")	Республика Удмуртия	11560
	МЕТАЛЛОИНВЕСТ (Музей истории АО "Михайловский ГОК им. А.В. Варичева")	Московская область	7000
	ЕВРАЗ дивизион "Урал", металлургия	Свердловская область	5211
Номинация № 8- Лидеры регионов России	УК "Брянский машиностроительный завод", машиностроение	Брянская область	3700
	Курская АЭС, энергетика	Курская область	8821
	МЕТАЛЛОИНВЕСТ, металлургия	Московская область	2126
Номинация № 9 - Лидеры отраслей промышленности	УК "Брянский машиностроительный завод", машиностроение	Брянская область	3700
	ЕВРАЗ дивизион "Урал", металлургия	Свердловская область	7935
	Молочный комбинат "САМАРАЛАКТО" (Данон Россия), пищевая промышленность	Самарская область	10 000

В связи с этим в качестве определенной альтернативы существующему рейтингу может выступить рейтинг участников рынка промышленного туризма с точки зрения использования ИКТ и цифровых технологий, который можно сформировать, опираясь на методику оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма, предложенную нами в предыдущем параграфе диссертационного исследования. Результаты подобного рейтинга по предприятиям Тульской области представлены в таблице 3.15.

Вместе с тем, предложенный в таблице 3.15 вариант рейтинга также будет носить корпоративный характер и отражать точку зрения самих предприятий – участников рынка промышленного туризма, так как основан, прежде всего, на их непосредственных данных, весьма сложно проверяемых в связи с наличием определенного уровня коммерческой тайны ведения предпринимательской деятельности. В связи с этим представляется формирование такого рейтинга, который бы удовлетворял следующим условиям:

- основывался не на одном или на нескольких показателях, а на определенных группах показателей, каждая из которых отражала бы различные аспекты рынка промышленного туризма (экономические, социальные, управленческие и т.д.),

- источниками информации выступали бы различные участники рынка промышленного туризма, т.е. отсутствовала бы монополия с точки зрения подачи информационных данных, что положительно повлияло бы на процесс верифицируемости информации,

- каждый показатель мог быть соотнесен с количественной шкалой оценки и имел бы собственный удельный вес с точки зрения формирования итогового места в рейтинге,

- предполагаемый новый рейтинг должен быть регионального и федерального уровня с учетом необходимости выделения специфики его формирования в каждом случае.

Таблица 3.15

Рейтинг выбранных участников рынка промышленного туризма Тульской области с точки зрения использования ИКТ и цифровых технологий (авторские разработки)

№	Наименование предприятия	№ в рейтинге с точки зрения использования ИКТ	Количество баллов, ед.	№ в рейтинге с точки зрения использования цифровых технологий	Количество баллов, ед.
1	Машзавод «Штамп»	6	81	7	58
2	"Кирпичный завод БРАЕР"	1	98	3	71
3	"Конструкторское бюро им. Академика А. Г. Шипунова"	12	68	8	51
4	"Императорский тульский оружейный завод"	9	72	4	68
5	ТПЗ	14	60	12	34
6	ТМК	8	77	8	51
7	"Ясная поляна",	3	94	7	58
8	«Тулажелдормаш»,	16	58	13	33
9	"ОКТАВА ДМ"	7	80	1	75
10	«Заря»	15	59	16	24
11	«Тульский пивзавод»	4	93	2	73
12	«Тульская Гармонь»	15	59	14	28
13	«Тульский леденец»	10	71	15	25
14	«Придворный Фабрикантъ"	11	70	13	33
15	«Суворовские Конфеты»	5	92	5	63
16	НМЗ	15	59	10	41
17	КМЗ	16	58	9	43
18	«Азот»	14	60	11	38
19	«Комбайнмашстрой»	13	63	11	38
20	«Приокское»	2	97	6	61

В таблице 3.16 нами представлены возможные показатели и их укрупненные группы в контексте разработки сводного рейтинга развития рынка промышленного туризма на региональном уровне.

Таблица 3.16

Оценка показателей в контексте разработки сводного рейтинга развития рынка промышленного туризма на региональном уровне (авторские разработки)

№	Наименование показателей рейтинга	Удельный вес показателя, ед.	Источники для проведения количественной оценки показателей
<i>I. Показатели экономической оценки развития участника регионального рынка промышленного туризма</i>			
1	Объем годового туристского потока, тыс. чел.	0,1	По официальным данным региональных органов статистического учета, включая статистические данные органа территориального управления сферой туризма и рекреации
2	Удельный вес потока внутреннего туризма в общем объеме туристского потока, %	0,05	
3	Срок функционирования на региональном рынке промышленного туризма, лет	0,05	
4	Количество постоянно занятых в сфере промышленного туризма, чел.	0,1	
	<i>Итого по блоку I</i>	0,3	
<i>II. Показатели уровня развития ИКТ и цифровых технологий участника регионального рынка промышленного туризма</i>			
5	Уровень использования ИКТ, место в региональном рейтинге	0,15	На основе использования авторской методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма
6	Уровень использования цифровых технологий, место в региональном рейтинге	0,1	
7	Удельный вес виртуальных туров в общем реализованных туров, %	0,05	По подтвержденным данным участника регионального рынка промышленного туризма
	<i>Итого по блоку II</i>	0,3	

<i>III. Показатели социального характера участника регионального рынка промышленного туризма</i>			
8	Количество программ, адаптированных под потребности лиц с ОВЗ, ед.	0,15	По подтверждённым данным участника регионального рынка промышленного туризма
9	Удельный вес туров, связанных с образовательным туризмом, в общем объеме реализованных туров, %	0,15	
Итого по блоку III		0,3	
<i>IV. Показатели организационно-управленческого характера участника регионального рынка промышленного туризма</i>			
10	Наличие утвержденной и реализуемой стратегии развития промышленного туризма, +/-	0,05	По подтверждённым данным участника регионального рынка промышленного туризма
11	Участие в деятельности кластерных структур в сфере промышленного туризма на региональном уровне, ед.	0,05	
Итого по блоку IV		0,1	
Всего		1,0	

По итогам сформированного авторского рейтинга развития промышленного туризма на региональном уровне можно сделать следующие выводы:

-в основе формирования авторского регионального рейтинга заложен схожий, с существующим рейтингом «Промышленный туризм: лидеры России – 2023», принцип оценки уровня развития рынка промышленного туризма с точки зрения достижений и конкуренции между отдельными корпоративными участниками данного рынка, прежде всего, действующими промышленными предприятиями, что, однако, не исключает возможность включения и других хозяйственных субъектов (музейных комплексов, креативных пространств, центров образовательного туризма, связанных с инженерными специальностями и т.д.),

-в отличие от существующего рейтинга «Промышленный туризм: лидеры России – 2023» предлагается не выделять отдельные номинации, а формировать единую систему рейтингования, которая основана не на одном

основном показателе, а на многих показателях, каждый из которых обладает собственным удельным весом необходимым для проведения оценки,

-в структуре рейтинга учитываются не только исключительно экономические показатели, которые применяются в процессе рейтингования в туристской индустрии как за рубежом, так и в РФ, включая рейтинг промышленного туризма, но и ряд других укрупненных групп, в том числе показатели: уровня развития ИКТ и цифровых технологий, социального характера, организационно-управленческого характера. Всего в рейтинге задействовано 11 показателей,

-определенным преимуществом с точки зрения верификации данных может являться тот факт, что при формировании рейтинга во внимание берутся не только подтвержденные данные участника регионального рынка промышленного туризма, который принимает участие в рейтинговании, но и официальные данные региональных органов статистического учета, прежде всего, по категории экономических показателей. С другой стороны, при формировании показателей уровня развития ИКТ и цифровых технологий, может быть также использована уже упомянутая ранее авторская методика оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма,

-совокупные удельные веса укрупненных групп достаточно сбалансированы между собой (по 0,3 ед.) за исключением группы показателей организационно-управленческого характера (0,1 ед.),

-при расчете каждого показателя необходимо формировать общий список всех участников рейтинга с точки зрения принципа ранжирования достигнутых значений показателя и в дальнейшем при расчете сводного рейтинга учитывать удельный вес самого показателя. Таким образом, наибольшим приоритетом, по нашему мнению, должны обладать такие показатели как уровень использования ИКТ, а также оба показателя социального характера.

На основании принципов формирования регионального рейтинга и с учетом значимости промышленного туризма для национальной экономики и социального развития России, нами предлагается структура показателей для обоснования национального рейтинга развития промышленного туризма (таблица 3.17).

Таблица 3.17

Оценка показателей в контексте разработки сводного рейтинга развития рынка промышленного туризма на национальном уровне (авторские разработки)

№	Наименование показателей рейтинга	Удельный вес показателя, ед.	Источники для проведения количественной оценки показателей
<i>I. Показатели экономической оценки развития регионального рынка промышленного туризма</i>			
1	Количество участников регионального рынка промышленного туризма, ед.	0,1	По официальным данным федеральных органов статистического учета, включая статистические данные Министерства экономического развития РФ
2	Объем туристского потока на уровне региона, тыс. чел.	0,1	
3	Удельный вес действующих предприятий и организаций, участвующих в реализации программ промышленного туризма к общему объему региональных субъектов хозяйствования, %	0,1	
4	Количество постоянно занятых в сфере промышленного туризма, чел.	0,1	
	Итого по блоку I	0,4	
<i>II. Показатели уровня развития ИКТ и цифровых технологий регионального рынка промышленного туризма</i>			
5	Уровень использования ИКТ на региональном рынке промышленного туризма, место в федеральном рейтинге	0,2	На основе использования авторской методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма
6	Уровень использования цифровых технологий на региональном рынке промышленного туризма, место в федеральном рейтинге	0,1	

	Итого по блоку II	0,3	
<i>III. Показатели социального характера регионального рынка промышленного туризма</i>			
7	Количество программ промышленного туризма в регионе, адаптированных под потребности лиц с ОВЗ, ед.	0,1	По официальным данным региональных органов статистического учета, включая статистические данные органов управления сферой туризма и рекреации
8	Количество образовательных программ в регионе, связанных с подготовкой кадров для рынка промышленного туризма, ед.	0,1	
	Итого по блоку III	0,2	
<i>IV. Показатели организационно-управленческого характера регионального рынка промышленного туризма</i>			
9	Наличие утвержденной и реализуемой региональной стратегии развития промышленного туризма, +/-	0,1	По официальным данным региональных органов управления сферой туризма и рекреации
	Итого по блоку IV	0,1	
	Всего	1,0	

По итогам сформированного авторского рейтинга развития промышленного туризма на федеральном уровне можно сделать следующие выводы:

-в отличии от предыдущего рейтинга и рассмотренных ранее в параграфе российских и зарубежных аналогов, в основе данного рейтингования – не уровень развития отдельных участников рынка промышленного туризма, а состояние промышленного туризма в контексте сравнительной оценки между всеми субъектами РФ. В связи с этим именно такого рода рейтингование позволит дать максимально полный и актуальный срез информационных данных относительно потенциальной дифференциации между российскими регионами по целому ряду показателей, с помощью которых можно количественно охарактеризовать современные тенденции на данном рынке,

-набор показателей данного рейтинга (всего 9 показателей) в большей степени повторяет состав показателей регионального рейтинга

промышленного туризма (например, количество постоянно занятых в сфере промышленного туризма, количество программ промышленного туризма, адаптированных под потребности лиц с ОВЗ и т.д.) но уже с точки зрения всего региона, а не отдельных его участников. Кроме того, в состав показателей введены новые категории оценки - удельный вес действующих предприятий и организаций, участвующих в реализации программ промышленного туризма к общему объему региональных субъектов хозяйствования; количество образовательных программ в регионе, связанных с подготовкой кадров для рынка промышленного туризма и т.д.,

-группы показателей ранжируются с точки зрения социально-экономической значимости промышленного туризма для экономики страны. В связи с этим максимальный удельный вес имеет группа показателей экономической оценки развития регионального рынка промышленного туризма (0,4 ед.), а минимальный, также как в предыдущем рейтинге, удельный вес (0,1 ед.) имеет показатель, отражающий наличие утвержденной и реализуемой региональной стратегии развития промышленного туризма (группа показателей организационно-управленческого характера),

-в качестве источников получения информации для рейтингования используется исключительно информация федеральных (национальных) или территориальных (региональных) органов управления за исключением возможности использования авторской методики оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на рынке промышленного туризма но уже не с точки зрения региональных участников – предприятий промышленного сектора, а с точки зрения возможности рейтингования субъектов РФ,

-при расчете каждого показателя необходимо формировать общий список всех регионов РФ с точки зрения принципа ранжирования достигнутых значений показателя и в дальнейшем при расчете сводного рейтинга учитывать удельный вес самого показателя. Таким образом, наибольшим приоритетом, по нашему мнению, должны обладать такой показатель как

уровень использования ИКТ на региональном рынке промышленного туризма при одновременном равенстве прочих показателей оценки. В последующем, исходя из логики ускорения развития процессов цифровизации в индустрии туризма и гостеприимства, в том числе в сегменте промышленного туризма, представляется целесообразным повышение значимости показателя уровня использования цифровых технологий на региональном рынке промышленного туризма.

В формировании обоих представленных рейтингов, по нашему мнению, должны принимать активное участие два возможных участника – федеральные и региональные органы управления, в соответствии с уровнем рейтинга, а также любой из крупнейших российских ассоциаций или объединений в сфере туризма (например, Российский союз туриндустрии (РСТ), Ассоциация туроператоров России (АТОР), Национальная Академия Туризма (НАТ)), что позволило бы повысить контроль за процессом рейтингования и исключить факт персонального влияния отдельных участников рейтинга на конечный результат для достижения собственных интересов.

Подводя итог вышесказанному, можно говорить о том, что создание и последующая практическая апробация сводных рейтингов развития рынка промышленного туризма на региональном и национальном уровнях в России положительно скажется на повышении туристского потенциала отечественных объектов промышленного туризма и создаст дополнительные условия для устойчивого роста дестинаций, ориентированных на формирование и развитие рынка промышленного туризма.

Заключение

В настоящее время можно выделить две общие тенденции, свидетельствующие о значительных изменениях промышленного туризма как сектора индустрии и специфического вида туризма в современных условиях, в том числе:

-постепенная трансформация промышленного туризма как отдельного вида туризма и его преобразование в более широкую категорию «производственно-технологический туризм». В условиях цифровизации закрепляется качественный переход промышленного туризма из категории обособленного вида туризма, ориентированного исключительно на индустриальное производство к туристской деятельности, связанной с созданием туристским продуктом, в основе которых ознакомление, в разных формах и методах, потребителей туристских услуг с разработкой, производством и реализацией любых экономических благ,

-расширение практики применения ИКТ и цифровых технологий как ключевого объекта экскурсионного показа, так и способа передачи информации в условиях промышленного туризма. Данная тенденция также является определенной закономерностью, которую необходимо учитывать в условиях изменения бизнес-среды и трансформации всего рынка туристских услуг.

Не менее важным следует признать тот факт, что промышленный туризм является объектом государственного регулирования, что накладывает целый ряд обязательств на организаторов туров промышленного туризма в соответствии с нормами действующего законодательства. При этом влияние государства следует рассматривать не только с точки зрения контрольных или ограничительных мероприятий, но и в контексте получения возможных вариантов поддержки для развития предпринимательских проектов в сфере промышленного туризма.

С учетом вышесказанного, в диссертационном исследовании рассмотрены представляется целесообразным рассмотреть три

концептуальных уровня определения сущности категории «промышленный туризм»: узкая (классическая) трактовка, которая соответствует традиционным представлениям о сфере промышленного туризма и его взаимосвязи с промышленным производством; «расширенная трактовка», ориентированная на интенсификацию существующего уровня промышленного туризма; «широкая трактовка» коррелируется с уровнем развития цифровизации и направлена на унификацию подходов к различным видам туризма, в основе туристского потенциала которых – технологические особенности осуществления определенного вида экономической деятельности вне зависимости от прямой связи с промышленным производством или определенным видом туризма.

Учитывая традиционные представления о структуре и субъектах туристского рынка и сферы услуг в целом, основными участниками рынка промышленного туризма следует признать:

-государство в лице органов государственного управления на различных уровнях, регламентирующих и регулирующих рынок промышленного туризма в контексте обеспечения соответствия качества и структуры предоставляемых услуг требованиям как общего национального законодательства, так и с точки зрения более узкоспециализированных нормативных актов, предназначенных для регулирования туристской индустрии,

-предпринимательский сектор, субъекты которого задействованы в создании и реализации проектов и туров в сфере промышленного туризма. Как и в случае остальных сегментов индустрии туризма и гостеприимства, именно предпринимательский сектор фокусирует на себе ключевые риски, а также потенциальные убытки и незапланированные расходы, связанные с организацией туров промышленного туризма,

В диссертационном исследовании обозначены ключевые методические подходы, учитывающие роль предпринимательского сектора в сфере промышленного туризма в зависимости от ряда условий ведения

хозяйственной деятельности, в том числе: в зависимости от влияния статуса и состояния индустриального объекта на развитие промышленного туризма; в зависимости от соотношения основного вида деятельности и посреднических функций в контексте влияние на развитие промышленного туризма; в зависимости от ориентации на формирование и развитие туристского потенциала в условиях промышленного туризма. Принципиальным с точки зрения создания и реализации туров промышленного туризма, по нашему мнению, следует рассматривать первый подход, который учитывает статус промышленного объекта в контексте непосредственного осуществления основного вида деятельности.

Одним из важных направлений перспективного развития рынка промышленного туризма как за рубежом, так и в отечественной практике, следует признать увеличение уровня эффективного использования ИКТ и цифровых технологий в рамках основных направлений деятельности и бизнес-процессов непосредственных участников рынка, прежде всего, представителей предпринимательского сектора. В связи с этим в диссертационном исследовании представлена методика оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма и подробно детализированы этапы ее реализации в практических условиях.

В качестве основного метода проведения оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий на российском рынке промышленного туризма нами был выбран непосредственный опрос участников рынка промышленного туризма на основании заполнения комплексной анкеты. Кроме того, при формировании итоговых количественных показателей были использованы:

-исследование официальных статистических данных, в том числе изучение информации на порталах участников рынка с точки зрения верификации полученных данных анкетного опроса,

-использование собственного авторского мнения по ряду ключевых областей производственно-хозяйственной деятельности отдельных участников рынка промышленного туризма.

В качестве региона исследования выступила Тульская область. Данный регион был выбран как исходя из собственных знаний и представлений автора об уровне развития промышленного туризма, так и с точки зрения высоких позиций субъектов регионального рынка на национальном уровне. Кроме того, при выборе региона учитывался его накопленный промышленный потенциал, включающий в себя действующие промышленные объекты, которые могут быть использованы для целей туризма и рекреации. В качестве участников промышленного туризма было отобраны ведущие предприятия и организации Тульской области, отвечающие нескольким основным критериям (всего 20 предприятий).

В качестве ключевых областей производственно-хозяйственной деятельности выбранных участников рынка промышленного туризма Тульской области для проведения оценки уровня использования ИКТ и цифровых технологий были выбраны: проведение маркетинговых исследований рынка, разработка туристского продукта, реализация туристского продукта, а также использование механизма обратной связи и формирование лояльности потребителя на рынке промышленного туризма. Каждая из областей производственно-хозяйственной деятельности оценивается как с точки зрения использования ИКТ (8 технологий), так и цифровых технологий (8 технологий) исключительно в контексте участия на рынке промышленного туризма.

По итогам апробации предлагаемой методики в диссертационном исследовании приведены сводные данные об уровне использования ИКТ и цифровых технологий с точки зрения выбранных областей производственно-хозяйственной деятельности участников рынка промышленного туризма Тульской области.

В диссертационном исследовании предложены методические рекомендации по формированию рейтингов, отражающих развитие рынка промышленного туризма в РФ на национальном и региональном уровне.

На региональном уровне, по сравнению с существующим рейтингом «Промышленный туризм: лидеры России – 2023» предлагается не выделять отдельные номинации, а формировать единую систему рейтингования, которая основана не на одном ключевом показателе, а на нескольких показателях, каждый из которых обладает собственным удельным весом необходимым для проведения оценки. В структуре авторского рейтинга учитываются не только исключительно экономические показатели, которые применяются в процессе рейтингования в туристской индустрии как за рубежом, так и в РФ, но и ряд других укрупненных групп, в том числе показатели: уровня развития ИКТ и цифровых технологий, социального характера, организационно-управленческого характера.

В отличие от предыдущего рейтинга и рассмотренных ранее в диссертационном исследовании российских и зарубежных аналогов, в основе национального рейтингования – не уровень развития отдельных участников рынка промышленного туризма, а состояние промышленного туризма в контексте сравнительной оценки между всеми субъектами РФ. В связи с этим именно такого рода рейтингование позволит дать максимально полный и актуальный срез информационных данных относительно потенциальной дифференциации между российскими регионами по целому ряду показателей, с помощью которых можно количественно охарактеризовать современные тенденции на данном рынке. В состав показателей национального рейтинга введены новые категории оценки - удельный вес действующих предприятий и организаций, участвующих в реализации программ промышленного туризма к общему объему региональных субъектов хозяйствования; количество образовательных программ в регионе, связанных с подготовкой кадров для рынка промышленного туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Конституция Российской Федерации (с изменениями от 01.07.2020)–
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399// (дата обращения: 21.03.2024)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (в последней редакция) –
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/(дата обращения: 21.03.2024)
3. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 № 132-ФЗ (последняя редакция) URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/(дата обращения: 22.03.2024)
4. Постановление Правительства РФ от 18.11.2020 № 1852 (ред. от 14.11.2022) «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_368293/(дата обращения: 23.03.2024)
5. Распоряжение Правительства РФ от 05.05.2018 № 872-р (ред. от 11.07.2019) «Об утверждении Концепции федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019 - 2025 годы)» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_297883/(дата обращения: 23.03.2024)
6. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 07.02.2022) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (дата обращения: 24.03.2024)
7. Распоряжение Правительства РФ от 19.08.2022 № 2321-р «Об утверждении Плана мероприятий по реализации Стратегии развития туризма

в Российской Федерации на период до 2035 года» URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_424808/(дата обращения: 24.03.2024)

8. Распоряжение Правительства Пермского края от 1 апреля 2022 года № 82-рп «Об утверждении Стратегии развития туризма в Пермском крае на период до 2035 года (с изменениями на 27 сентября 2023 года)» URL:<https://docs.cntd.ru/document/406008612> (дата обращения: 25.03.2024)

9. ГОСТ Р ИСО 13810-2016. Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг. URL: <https://protect.gost.ru/document.aspx?control=7&id=205746> (дата обращения: 27.03.2024)

10. Абашкин В.Л., Абдрахманова Г.И. Цифровая экономика: 2024: краткий статистический сборник. URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/892396113.pdf> (дата обращения: 14.03.2024)

11. Александров А.В., Горохова П.А. Принципы и особенности формирования цифровой экосистемы в сфере услуг/ Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2023. № 4. С. 14-17.

12. Александров А.В., Ходос Д.В., Стратегическое планирование развития промышленных предприятий в современных условиях/ Глобальный научный потенциал. 2023. № 3 (144). С. 204-209.

13. Алексеева, Е. В. Ревалоризация индустриального наследия в России и странах Западной Европы: подходы, объекты, ландшафты, акторы / Экономическая история. 2017. № 1(36).

14. Амосова, Е. В. Творческие кластеры как способ сохранения и речедевелопмента объектов индустриального наследия / Е.В. Амосова – Текст: электронный // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2019. № 3(52). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tvorcheskie-klastery-kak-sposob->

обращения: 19.03.2024)

15. Антонец В. Г. Эффективность промышленного туризма и его влияние на социально-экономическое развитие региона // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2021. – № 21. – С. 5–14.

16. Булатецкая А.Ю. Социальные инновации в управлении человеческими ресурсами: Коллективная монография / [Маргулян Я.А., Бразевич С.С., Булатецкая А.Ю. и др.]; под науч. ред. Я.А. Маргуляна - Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2018. - 397 с.

17. Бондаренко, В. А. Новое развитие старопромышленных регионов: зарубежный опыт и возможности его применения в России / Вестник РГЭУ РИНХ. 2020. № 2(70).

18. Валеева Е.О., Васина Е.В., Волошинова М.В., Иванов Н.Н., Карпова Г.А., Ковалев С.Н., Коротеева О.С., Максанова Л. Б-Ж., Песоцкая Е.В., Сущинская М.Д., Хорева Л.В., Шокола Я.В. Сфера услуг в современной экономике, СПб: СПбГЭУ, 2016 – С.114.

19. Васильева Е.В., Лузгин В.И., Валевская Ю.В. Возможности для трансформации туристического сектора в условиях цифровизации экономики / Вестник Национальной академии туризма. 2020. № 2 (54). С. 30-32.

20. Власюк Л.И., Чхотуа И.З. Промышленный туризм как стратегический приоритет развития туризма в регионах России// В сборнике: Теория и практика стратегирования. Московский университетариум стратега: сборник избранных научных статей: в 2 книгах. Сер. "Экономическая и финансовая стратегия" Москва, 2022. С. 97-102.

21. Волков С.А., Аджарян А.С., Малюженко Е.В., Кабаргина А.А., Гуторов И.И. Промышленный туризм как инструмент развития туризма в моногородах/ Экономика и предпринимательство. 2019. № 10 (111). С. 445-448.

22. Воронцова М.Г., Васильева А.Д. Проектная деятельность в развитии туристской территории региона/ Журнал правовых и экономических исследований. 2022. № 1. С. 176-184.

23. Воронцова М.Г., Кучумов А.В., Тестина Я.С. Применение информационных технологий в деятельности туристских организаций/ Журнал правовых и экономических исследований. 2019. № 1. С. 108-114.

24. Головач Э.П., Хутова Е.Н. Тенденции развития промышленного туризма в мире/ Вестник Брестского государственного технического университета. Экономика. 2018. № 3 (111). С. 10-14.

25. Гришина Е.А., Удалов Д.Э. Промышленный туризм как форма профессиональной ориентации молодежи/ Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2020. Т. 17. № 2. С. 45-51.

26. Грошева, Е. К. Возможности создания и развития предприятия промышленного туризма в Иркутской области / Е. К. Грошева, А. Д. Чуприна, А. О. Ким. – Текст: электронный // Бизнес-образование в экономике знаний. 2021. № 1(18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-sozdaniya-i-razvitiya-predpriyatiya-promyshlennogo-turizma-v-irkutskoy-oblasti>. (дата обращения: 16.03.2024)

27. Гуляев Г.В., Ходос Д.В., Салов А.А. Институциональные аспекты развития промышленного туризма/ Экономический вектор. 2023. № 2 (33). С. 23-26.

28. Гуляев Г.В., Александров А.В., Анализ информационно-аналитического обеспечения развития рынка промышленного туризма в РФ/ Экономический вектор. 2023. № 3 (34). С. 93-97.

29. Гуляев Г.В. Характеристика основных тенденций развития промышленного туризма в условиях инновационной экономики// В сборнике: Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2022. С. 28-32.

30. Гуляев Г.В., Александров А.В., Оценка условий формирования и развития рынка промышленного туризма как сегмента сферы услуг// В сборнике: Туризм и образовательные технологии в цифровой экономике. Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2022. С. 5-9.

31. Загриева А.А. Промышленный туризм - новое направление развития мирового туризма// В книге: Национальные традиции в развитии торговли, экономики и культуры. Тринадцатая межвузовская студенческая научно-практическая конференция. 2016. С. 43-44.

32. Добрейцина, Л. Е. Промышленный туризм в Свердловской области: основные векторы развития (на материале официальных документов) / Известия Уральского федерального ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. – 2020. – Т. 26. – № 1(195). – С. 200—209.

33. Ежелева, Т. А. Промышленный туризм как фактор повышения потребительской лояльности на примере автомобилестроительных компаний / Стратегии и современные тренды развития предприятий туристского и гостиничного бизнеса: материалы IV Всероссийской научно-практической конференции М., 2021. С. 190—195.

34. Зайцева, А. И. Анализ опыта сохранения и редевелопмента объектов индустриального наследия / А. И. Зайцева, О. А. Брель, Ф. Ю. Кайзер. – Текст: электронный // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2018. – № 4(49). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opyta-sohraneniya-i-redevelopmenta-obektov-industrialnogo-naslediya>. (дата обращения: 21.03.2024)

35. Ибрагимов, Э.Э Комплексный подход к анализу специфики развития промышленного туризма в России / Исследование проблем экономики и финансов. – 2023. – № 1.7. – С. 1–10.

36. Иванов, М. В. Управление развитием территорий региона, инфраструктурой города и муниципальных образований: учеб. пособие. / Иванов М. В., Леонтьев Д. Н. – Текст: непосредственный. – СПб., 2020.

37. Каночкина, Н. А. Организация общественных пространств в контексте развития промышленного туризма / Системные технологии. – 2020. – № 1(34). – С. 77—83.

38. Карпова Г.А., Малинин А.М., Андреева Д.А., Валеева Е.О., Ткачев В.А. Анализ потребительских предпочтений российских туристов и его роль в повышении качества туристско-экскурсионного обслуживания/ Проблемы современной экономики. 2017. № 2 (62). С. 204-207.

39. Карпова Г.А., Шарафанова Е.Е., Морозов М.М., Волошинова М.В., Хорева Л.В., Поломарчук А.К., Ермакова В.П., Романова Г.М., Гришин С.Ю., Ткачев В.А., Кучумов А.В., Оборин М.С., Морозов М.А., Морозова Н.С., Цёхла С.Ю., Симченко Н.А., Печерица Е.В., Зяблова А.А., Енченко И.В. Сервис и туризм в условиях цифровизации российской экономики: Монография - СПб.: СПбГЭУ, 2018. -176 с

40. Ковешникова, Е. А. Сохранение и актуализация индустриального наследия Кузбасса / Е. А. Ковешникова. // Ученые записки (АГАКИ). – 2017. – № 2(12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sohranenie-i-aktualizatsiya-industrialnogo-naslediya-kuzbassa> (дата обращения: 19.03.2024)

41. Константинова А.С., Панченко О.Л. Промышленный туризм: особенности и перспективы развития в России/ Казанский вестник молодых учёных. 2022. Т. 6. № 3. С. 82-91

42. Костиков, А. К. Комплексная модель объектов промышленного туризма // Творчество и современность. / А. К. Костиков, Е. Н. Лихачев. – 2020. – № 1(12). – С. 1–8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnaya-model-obektov-promyshlennogo-turizma> (дата обращения: 15.03.2024)

43. Куликова, А. А. Вопросы становления ответственности за индустриальный туризм / Научная весна – 2020. Гуманитарные науки: сб. науч. тр. Шахты: ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты. – 2020. –С. 12—18.

44. Лаврова Т.А. Инновационные процессы в экономике как основа развития международной интеграции// В сборнике: Проблемы жизнеспособности хозяйственных систем: к 75-летию победы в Великой

Отечественной Войне. Сборник научных статей по итогам научно-исследовательской конференции профессорско-преподавательского состава факультета экономики и финансов СПбГЭУ. Под редакцией Т.А. Селищевой. Санкт-Петербург, 2020. С. 284-288.

45. Леонтьева Л.С., Орлова Л.Н., Ван Ч.Л. Цифровые трансформации в предпринимательстве/ Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). 2019. № 2. С. 28-43.

46. Малюженко, Е. В. Промышленный туризм как инновационное направление развития внутреннего туризма в г. Комсомольск-на-Амуре / Е. В. Малюженко, Л. Н. Деркачева // Современный гостинично-ресторанный бизнес: экономика и менеджмент: материалы VI международной науч.-практической конференции преподавателей, докторантов, аспирантов и студентов. Симферополь, 2020. С. 198—202.

47. Михин, А. Э. Промышленный туризм в России: сущность, проблемы и перспективы развития // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всероссийская науч.-метод. конференция (с международным участием). – 2020. – С. 944–947.

48. Набиев С, Р. Правовые вопросы определения промышленного туризма / Сервис в России и за рубежом. – 2022. – Т.16. – № 3 (100). – С. 56–63.

49. Назарычева, А. И. Промышленный туризм на Южном Урале как направление социокультурной деятельности / Научная мысль: традиции и инновации: сб. науч. тр. I Всероссийской науч.-практической конференции – 2020. – С. 263–267.

50. Нуреев Р.М. Институционализм: вчера, сегодня и завтра // Олейник АН. Институциональная экономика. М.: ИНФРА-М, 2000.

51. Песоцкая Е.В., Головцова И.Г., Карпова Г.А., Малинин А.М., Уваров С.А., Хакимов А.Х., Воротынская А.М., Медведев В.М., Назарова Е.А., Ткачев В.А. Управление сферой услуг в современной городской среде – Коллективная монография, Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 2022- 157 с.

52. Петрова, А. А. Проблемы сохранения индустриального наследия: историческая ценность и перспективы современного использования (на примере завода «Красный гвоздильщик» и фабрики «Красное знамя») / А. А. Петров. – Текст: электронный // Проблемы современной науки и образования. – 2017. – № 29(111). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-sohraneniya-industrialnogo-naslediyaistoricheskaya-tsennost-i-perspektivy-sovremennogo-ispolzovaniya-na-primere-zavoda> (дата обращения: 22.03.2024)

53. Плещенко, В. И. Использование потенциала промышленного туризма металлургическими предприятиями современной России / Экономика в промышленности. – 2020. – Т. 13. – № 2. – С. 218—224.

54. Плотников В.А., Вертакова Ю.В., Ильясов Р.Х. Региональная дифференциация развития промышленности в современной России/ Проблемы экономики и юридической практики. 2023. Т. 19. № 3. С. 179-184.

55. Пономарева, И. Ю. Создание кластера промышленного туризма на территории Тульской области / И. Ю. Пономарева, А. А. Семочкин. – Текст: электронный // Российские регионы: взгляд в будущее. 2020. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sozdanie-klastera-promyshlennogoturizma-na-territorii-tulskoj-oblasti> (дата обращения: 22.03.2024)

56. Промышленный туризм как инструмент развития туризма в моногородах / С. А. Волков, А. С. Аджарян, Е. В. Малюженко, А. А. Кабаргина, И. И. Гуторов // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 10(111). – С. 445–448.

57. Путрова, А. С. Промышленный туризм как форма профессионального самоопределения молодежи в современном мире / Социальная активность молодежи как необходимое условие развития общества: материалы международной науч.-практической конференции / Под ред. Г. В. Ковалевой. СПб. – 2019. – С. 361–363.

58. Сазанова, Т. Н. Промышленный туризм как фактор развития территории России / Туристско - рекреационный потенциал и особенности развития туризма и сервиса: материалы Международной науч.-практической

конференции студентов и аспирантов / Под ред. В. С. Корнеевца, Л. В. Семеновой. Калининград, 2019. С. 122—127.

59. Танина, А. В. Роль промышленного туризма в диверсификации туристской отрасли Санкт-Петербурга / Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности инновационных систем : сб. тр. науч.-практической конференции с зарубежным участием / Под ред. Д. Г. Родионова, А. В. Бабкина. СПб., 2020. С. 140—143.

60. Танина А.В., Сергеев Д.А., Конышев Е.В., Танин Е.Ф. К вопросу о направлениях исследования промышленного туризма/ Бизнес. Образование. Право. 2022. № 1 (58). С. 158-170

61. Танкиева, Т. А. Исследование предпочтений потребителей и проблем развития промышленного туризма в старо -промышленном регионе (на примере Тульской области) / Журнал Новой экономической ассоциации. – 2021.– № 1(49). – С. 165–183.

62. Танкиева, Т. А. Разработка подходов к организации индустриального туризма в старо-промышленном регионе / Т. А. Танкиева, М. В. Пономарева – Текст: электронный // РЭиУ. – 2020. – № 1(61). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-podhodo-v-k-organizatsii-industrialnogo-turizma-vstaropromyshlennom-regione> (дата обращения: 11.03.2024)

63. Тестина Я.С., Сущинская М.Д., Карпова Г.А., Хорева Л.В., Шраер А.В., Гришин С.Ю., Пони́чев Д.А., Ткачев В.А., Боголюбов В.С., Боголюбова С.А., Волошинова М.В., Кучумов А.В., Валеева Е.О., Еремичева П.Ю., Мозокина С.Л., Иванов Н.Н., Чекалин В.С., Любарская М.А., Васина Е.В., Куликов А.В. и др. Современный рынок услуг: проблемы и перспективы – Коллективная монография, Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 2023- 173 с.

64. Тестина Я.С., Кучумов А.В. CRM-системы: история, сущность, классификация Экономический вектор. 2022. № 1 (28). С. 41-46.

65. Тронева, А.В., Сибирякова А.И. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма на примере Санкт-Петербурга / Управленческое консультирование– 2021. – Том 7. – Выпуск 3(15) – С. 78–84.

66. Уваров С.А., Волков П.А. Обеспечение безопасности использования цифровых технологий в сфере услуг/ Техничко-технологические проблемы сервиса. 2023. № 4 (66). С. 101-104.

67. Усова А.В., Ковшикова Г.А. К вопросу развития регионального промышленного туризма и организации туристических маршрутов на предприятиях/ Вопросы региональной экономики. 2018. № 3 (36). С. 89-96.

68. Хорева Л.В., Миэринь Л.А., Петров А.Н. Роль крупных корпораций в развитии отдалённых регионов России: социальные стратегии и инновации Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 5 (125). С. 150-157.

69. Цыганов А.Р., Кириенко О.Э. Промышленный туризм: целесообразность и перспективы развития в Донецкой Народной Республике\ Менеджер. 2019. Т. 1. № 1 (87). С. 62-70.

70. Чхотуа, И.З. Развитие промышленного туризма в регионах России: стратегический анализ / И.З. Чхотуа, О.И. Власюк, Г.В. Задорожная // Экономическое возрождение России. – 2021. – № 4(70). – С. 156–174.

71. Шарафанова Е.Е., Карпова Г.А., Кострюкова О.Н., Хорева Л.В., Максимовская О.А. Цифровая трансформации сферы услуг в странах-участниках СНГ/ Техничко-технологические проблемы сервиса. 2023. № 2 (64). С. 92-96.

72. Шкунова, А. А. Перспективы развития промышленного туристского кластера в Нижегородском крае / А. А. Шкунова, Т. Е. Лебедева // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – № 2(36). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-promyshlennogo-turistskogo-klastera-v-nizhegorodskom-krae> (дата обращения: 16.03.2024)

73. Юденко М.Н., Макаров Д.А., Влияние институционального равновесия на развитие бизнеса. В сборнике: Современный менеджмент: проблемы и перспективы. // Сборник статей по итогам XVI международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2021. С. 214-218.

74. Юрченко, А. А. Индустриальные парки как объекты для развития промышленного туризма в Краснодарском крае / Актуальные проблемы правового, экономического и социально-психологического знания: теория и практика : материалы III международной науч.-практической конференции. Т. 2– 2019. – С. 157—161.

75. Якимчук, Н. Н. Государственное управление устойчивым развитием территорий: опыт Финляндии и России / Н. Н. Якимчук, М. Н. Кузнецова, М. В. Иванова. – Текст: непосредственный // Гос. управление. Электрон. вестник 2021. № 85. С. 45—68.

76. Badia F., Galeone G., Shini M. Sustainable strategies of industrial tourism in the agri-food business: an exploratory approach / British Food Journal 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/376989060_Sustainable_strategies_of_industrial_tourism_in_the_agri-food_business_an_exploratory_approach (дата обращения: 18.03.2024)

77. Badia F., Ruggiero E. Opportunities and potentialities of the Industrial Tourism: The “Make it in Puglia” Project / UNICART - International Conference on Tourism Management and Development of Territory 2019. URL: https://www.researchgate.net/publication/342529890_Opportunities_and_potentialities_of_the_Industrial_Tourism_The_Make_it_in_Puglia_Project (дата обращения: 27.03.2024)

78. Batista M., Hugo M., Ed. Gonçalves Industrial Tourism: a study on the creation of an industrial network in Vila Nova de Gaia (Portugal) / Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/374635058_Industrial_Tourism_a_study_on_the_creation_of_an_industrial_network_in_Vila_Nova_de_Gaia_Portugal (дата обращения: 22.03.2024)

79. Empowering TMC and Corporate with Technology. URL: <https://www.paxes.com/blog/business-travel-destinations/> (дата обращения: 19.03.2024)

80. European Union Tourism Trends (2018). URL: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/2018-eu-tourism-trends-report> (дата обращения: 28.03.2024)

81. Exploring Health Tourism. URL: <https://etc-corporate.org/uploads/reports/2018-ETC-UNWTO-Exploring-Health-Tourism-Executive-Summary.pdf> (дата обращения: 28.03.2024)

82. Fantastic Factory Tours You Can Only Take in Indiana. URL: <https://www.onlyinyourstate.com/indiana/fantastic-factory-tours-indiana/> (дата обращения: 26.03.2024)

83. Forga J. M. P., Valiente G. C. Cultural change and industrial heritage tourism: material heritage of the industries of food and beverage in Catalonia (Spain) Journal of Tourism and Cultural Change, Volume 15, 2017 - Issue 3. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Cultural-change-and-industrial-heritage-tourism%3A-of-Forga-Valiente/e6ebbf44dd539403444923c5461c0ba6cd140fa5> (дата обращения: 22.03.2024)

84. Garofano A., Riviezzo A., Napolitano M. Industrial Tourism as a New Opportunity for Cultural Tourism Development in the Post-pandemic Era / Cultural Leadership in Transition Tourism 2022 p.107-122

85. GDP per capita, PPP - Country rankings URL: https://www.theglobaleconomy.com/rankings/GDP_per_capita_PPP/ (дата обращения: 29.03.2024)

86. Global Medical Tourism Market. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/medical-tourisms-global-market-report> (дата обращения: 21.03.2024)

87. How are countries supporting tourism recovery? Tourism and Covid-19 (2020). URL: <https://www.e->

unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421893?cookieSet=1 (дата обращения: 21.03.2024)

88. Hung-I Tai, Li-Wei Liu, Lung-Shih Yang, Chi-Chiang Hsieh Strategic Planning for Taiwanese Industrial Tourism Parks Themed on Local Characteristic Industries / Journal of Environmental Management and Tourism 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/372060438_Strategic_Planning_for_Taiwanese_Industrial_Tourism_Parks_Themed_on_Local_Characteristic_Industries (дата обращения: 22.03.2024)

89. Industrial Tour in India. URL: <https://industrialtour.com/> (дата обращения: 26.03.2024)

90. Ionela S., Ionica A. C., Leba M. Industrial Tourism Development in a Former Mining Area Using Dynamic Model Approach / World Conference on Information Systems and Technologies 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/378175089_Industrial_Tourism_Development_in_a_Former_Mining_Area_Using_Dynamic_Model_Approach (дата обращения: 26.03.2024)

91. Krovopuskov P., Kantaryuk E., Chernyshova M. Modern Trends of Development of Industrial Tourism for Russian Universities // International Journal of Engineering & Technology. – 2018. – Volume 7. Issue 3.5. P. 65–66

92. Li-Pin (Lynn) Industrial tourists' behavioral intention toward slow travel in Taiwan Journal of Sustainable Tourism, Volume 25, 2017 - Issue 3 URL: https://www.researchgate.net/publication/306133592_Industrial_tourists'_behavioral_intention_toward_slow_travel_in_Taiwan (дата обращения: 26.03.2024)

93. List of 50+ top manufacturing companies in South Africa. URL: <https://briefly.co.za/30945-list-manufacturing-companies-south-africa.html> (дата обращения: 25.03.2024)

94. Luqi Xin, Guanghui Qiao, Hanqi Song Gamification innovation: understanding industrial tourism products and tourist response / Asia Pacific Journal of Tourism Research 2023. URL: https://www.researchgate.net/publication/371509401_Gamification_innovation_un

derstanding_industrial_tourism_products_and_tourist_response (дата обращения: 19.03.2024)

95. Price, W.R. Mining for Tourists: An Analysis of Industrial Tourism and Government Policy in Wales / Tourism Planning & Development 2021. №18(4) p. 435-456

96. Sigala M. Industrial heritage tourism/ Journal of Heritage Tourism URL: https://www.researchgate.net/publication/304031660_Industrial_heritage_tourism (дата обращения: 16.03.2024)

97. Shu Dong Liaoning Industrial Tourism and Cultural Resources Development / BCP Business & Management 2022. URL: https://www.researchgate.net/publication/359030660_Liaoning_Industrial_Tourism_and_Cultural_Resources_Development (дата обращения: 22.03.2024)

98. The Busiest Theme Parks in the World. URL: <https://www.thestreet.com/personal-finance/busiest-theme-parks-in-the-world> (дата обращения: 17.03.2024)

99. The Economic Contribution of Tourism and the Impact of the COVID-19 (2021). URL: Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284423200> (дата обращения: 18.03.2024)

100. Top 3 South African Food Factory Tours. URL: <https://www.travelground.com/blog/top-3-south-african-food-factory-tours> (дата обращения: 28.03.2024)

101. Tourism in SIDS: the challenge of sustaining livelihoods in times of Covid-19 (2020). URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421916> (дата обращения: 19.03.2024)

102. Turismo Industrial: Fábrica de conhecimento e geração de renda. URL: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-industrial-fabrica-de-conhecimento-e-geracao-de-renda> (дата обращения: 18.03.2024)

103. UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends, 2020 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284422258> (дата обращения: 15.03.2024)

104.UNWTO World Tourism Barometer. URL: <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng> (дата обращения: 15.03.2024)

105.World Tourism Rankings. URL: <https://countrycassette.com/world-tourism-rankings-by-country-2022/> (дата обращения: 11.03.2024)

106.World Travel Awards serves to acknowledge, reward and celebrate excellence across all sectors of the global travel and tourism industry. URL: <https://www.worldtravelawards.com/> (дата обращения: 19.03.2024)

107.Yang X. Industrial heritage tourism development and city image reconstruction in Chinese traditional industrial cities: a web content analysis Journal of Heritage Tourism, Volume 12, 2017 - Issue 3 URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1743873X.2016.1236800> (дата обращения: 18.03.2024)

108.Yearbook of Tourism Statistics (2015-2019). URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284422487> (дата обращения: 18.03.2024)

109.Департамент туризма Ивановской области: официальный сайт. URL: <https://dt.ivanovoobl.ru/> (дата обращения: 15.03.2024)

110.Министерство по туризму Пермского края: официальный сайт. URL: <https://mtm.permkrai.ru/> (дата обращения: 15.03.2024)

111.Агентство по туризму Красноярского края: официальный сайт. URL: <http://turizm.krskstate.ru/?eyes=yes> (дата обращения: 15.03.2024)

112.Министерство курортов и туризма Республики Крым: официальный сайт. URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/index?fkfcbimorphdjekng?phdbaiecjmglfkfk> (дата обращения: 15.03.2024)

113.Департамент молодежной политики и туризма Ямало-Ненецкого автономного округа: официальный сайт. URL: <https://tourism.yanao.ru/> (дата обращения: 15.03.2024)

114.Университет Иннополис: официальный сайт. URL: <https://innopolis.university/> (дата обращения: 09.03.2024)

115.Город Иннополис: официальный сайт. URL: <https://innopolis.ru/ru> (дата обращения: 09.03.2024)

- 116.Музей-заповедник «Остров-град Свияжск»: официальный сайт. URL: <https://ostrovgrad.ru/about-ostrov-grad-sviyazhsk/> (дата обращения: 11.03.2024)
- 117.Болгарский историко-архитектурный музей-заповедник: официальный сайт. URL: <https://vbolgar.ru/> (дата обращения: 11.03.2024)
- 118.Севкабель Порт: официальный сайт. URL: <https://sevcaableport.ru/ru/dlya-biznesa> (дата обращения: 13.03.2024)
- 119.Закрытые города России для иностранцев: официальный сайт. URL: <https://goingrus.com/info/ru/get-russian-visa/informatsiya-k-prochteniyu/zato-rossii-dlya-inostrantsev> (дата обращения: 15.03.2024)
- 120.Visvesvaraya Industrial & Technological Museum: официальный сайт URL: <https://www.vismuseum.gov.in/> (дата обращения: 17.03.2024)
- 121.Политехнический музей: официальный сайт. URL: <https://polymus.ru/> (дата обращения: 17.03.2024)
- 122.ООО «Сахалинская Энергия»: официальный сайт. URL: <https://www.sakhalinenergy.ru/> (дата обращения: 19.03.2024)
- 123.АО «Машзавод «Штамп» им. Ванникова: официальный сайт. URL: <https://www.заводштамп.рф/> (дата обращения: 20.03.2024)
- 124.ООО "Кирпичный завод БРАЕР": официальный сайт. URL: <https://braer.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)
- 125.АО "Конструкторское бюро приборостроения им. Академика А. Г. Шипунова": официальный сайт. URL: <https://kbptula.turbo.site/> (дата обращения: 20.03.2024)
- 126.ПАО "Императорский тульский оружейный завод": официальный сайт. URL: <https://itoz.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)
- 127.АО «Тульский патронный завод»: официальный сайт. URL: <https://tulammo.ru> (дата обращения: 20.03.2024)
- 128.АО «Тульский молочный комбинат»: официальный сайт. URL: <https://www.tulamilk.ru> (дата обращения: 20.03.2024)

129. ОАО "Тульская кондитерская фабрика "Ясная поляна": официальный сайт. URL: <https://www.uniconf.ru/factories/yasnaya-polyana/> (дата обращения: 20.03.2024)

130.АО «Тулажелдормаш»: официальный сайт. URL: <https://tulazdm.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

131.ООО "ОКТАВА ДМ": официальный сайт. URL: <https://oktavadm.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

132.АО «Трикотажная фирма «Заря»: официальный сайт. URL: <https://трикотаж-заря.рф/> (дата обращения: 20.03.2024)

133.Тульский филиал ООО Балтика «Тульский пивзавод»: официальный сайт. URL: <https://corporate.baltika.ru/about-us/company/structure/tula-brewery/> (дата обращения: 20.03.2024)

134.ООО «Тульская Гармонь»: официальный сайт. URL: <https://harmonica-tula.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

135.Карамельная компания «Тульский леденец» ООО «Олимп»: официальный сайт. URL: <https://tulskiy-ledenec.ru> (дата обращения: 20.03.2024)

136.ООО "ТСФ "Придворный Фабрикантъ": официальный сайт. URL: <https://tulasuvenir.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

137.ООО «Суворовские Конфеты»: официальный сайт. URL: <https://sk-suvorov.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

138.ПАО «Новомосковский машиностроительный завод»: официальный сайт. URL: <http://nmzvd.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

139.АО «Косогорский металлургический завод»: официальный сайт. URL: <https://kmz-tula.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

140.Новомосковская акционерная компания "Азот" ": официальный сайт. URL: <https://gk-azot.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

141. АО "КОМБАЙНМАШСТРОЙ": официальный сайт. URL: <http://www.tula-tractor.ru/> (дата обращения: 20.03.2024)

142.ООО Рыбоводческое предприятие «Приокское»: официальный сайт. URL: <https://priokskoe.com/> (дата обращения: 20.03.2024)

143.Платформа Events SK: официальный сайт. URL:<https://events.sk.ru/>
(дата обращения: 23.03.2024)

144. В Бразилии разработали "шоколадные" маршруты. URL:
https://vsluh.ru/novosti/transport/v-brazilii-razrabotali-shokoladnye-marshruty_217318/ (дата обращения: 09.03.2024)

145.Уникальное приключение: Экскурсия на фабрику Штерн в Бразилии.
URL: <https://shebunova.com/excursions/26416> (дата обращения: 09.03.2024)

146.Промышленная инженерия в ЮАР 2024-2025. URL:
<https://worldexpo.pro/country/yuar/sector/mashinostroenie-i-oborudovanie> (дата обращения: 10.03.2024)

147.Индустриальный туризм: по данным FMI, продажи вырастут на 27,4%
в 2023 году. URL: <https://www.tourpressa.com/post/industrialnyj-turizm-po-dannym-fmi-prodazhi-vyrastut-na-27-4-v-2023-godu> (дата обращения: 15.03.2024)

148.Чернобыльский мини-сериал HBO увеличил туризм на 40%. URL:
<https://ru.celebritybriefs.com/hboquots-chernobyl-miniseries-increases-tourism-site-40> (дата обращения: 16.03.2024)

149.Санкт-Петербургский Севкабель Порт назвали самым красивым
пространством в нашей стране. URL: <https://peterburg.center/news/sankt-peterburgskiy-sevkabel-port-nazvali-samym-krasivym-prostranstvom-v-nashey-strane> (дата обращения: 13.03.2024)

150.Статистика посещения Чернобыльской зоны отчуждения. URL:
<https://teletype.in/@helweg/Statistika-poseshcheniya-C-Hernobylskoj-zony-otchuzhdeniya-11-05> (дата обращения: 17.03.2024)

151.Живут ли сейчас в Чернобыле в 2023 году? URL:
<https://galivacia.ru/zivut-li-seicas-v-chernobyle-v-2023-godu> (дата обращения: 17.03.2024)

152.Два дня — восемь выловленных трупов. URL:
<https://www.e1.ru/text/incidents/2023/08/23/72626444/> (дата обращения: 19.03.2024)

153. Портал о промышленном туризме в РФ. URL: <https://promtourism.ru/> (Дата обращения: 22.03.2024).
154. Всероссийский Акселератор по промышленному туризму. URL: <https://promtourism.online/> (Дата обращения: 22.03.2024).
155. Экстрагид – поиск по всему миру. URL: <https://extraguide.ru/> (Дата обращения: 26.03.2024).
156. МТС – медиа. URL: <https://media.mts.ru/society/203455-industrialnyi-turizm/> (Дата обращения: 27.03.2024).
157. Промышленный туризм в Санкт-Петербурге. URL: <https://www.visit-petersburg.ru/promtourism/lp/> (Дата обращения: 27.03.2024).
158. Фабрика стеклянных елочных игрушек Ленигрушка. URL: <https://lenigrushka.ru/company/> (Дата обращения: 27.03.2024).
159. Императорский ювелирный дом «Русские самоцветы». URL: <https://russam.ru/about/> (Дата обращения: 27.03.2024).
160. Сервис самостоятельного продвижения сайта. URL: a.pr-cy.ru/promtourism.online/ (Дата обращения: 29.03.2024).
161. Промышленный туризм в Китае: современное состояние и перспективы. URL: <https://promtourism.online/tpost/n2yobxk6v1-promishlennii-turizm-v-kitae-sovremennoe> (дата обращения: 02.03.2024)
162. В три раза выросло число туристов на предприятиях восьми регионов-участников промышленного акселератора АСИ URL: <https://asi.ru/news/192207/> (дата обращения: 22.03.2024)
163. Выксунский завод Объединенной металлургической компании Металлургия и современное искусство. URL: <https://promtourism.online/routes/vmz#rec452743262> (дата обращения: 25.03.2024)
164. ПРОМТУРИЗМ. 8 из 15 региональных стратегий по развитию промтуризма в России. Итоги Акселератора АСИ «Открытая промышленность». Часть 2. URL: <https://dzen.ru/a/ZEveuSBrnhaqwaх> (дата обращения: 22.03.2024)

165.15 регионов разработали стратегии по развитию промышленного туризма при поддержке АСИ. URL: <https://asi.ru/news/193061/> (дата обращения: 26.03.2024)

166.Стратегия развития промышленного туризма Ивановской области до 2030. URL: <https://www.mos.ru/upload/documents/files/14/11PrezentaciyaPraktikaporazvitiupromishlennogoturizma.pdf> (дата обращения: 18.03.2024)

167.Обед металлургов против all inclusive: что такое промышленный туризм. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmr/63a063339a79473515a0ffab> (дата обращения: 18.03.2024)

168.Промышленный туризм: лидеры России – 2023. URL: <https://up-pro.ru/promyshlennyj-turizm/promyshlennyj-turizm-lidery-rossii-2023/> (дата обращения: 27.03.2024)

169.Промышленный туризм: лидеры России. URL: <https://up-pro.ru/promyshlennyj-turizm-lidery-rossii/> (дата обращения: 27.03.2024)

170.Итоги: рейтинг «промышленный туризм: лидеры России – 2023». URL: <https://up-pro.ru/promyshlennyj-turizm/promturizm-itogi-2023/> (дата обращения: 27.03.2024)

171.ПРОМТУРИЗМ. Итоги года в регионах - наставниках акселератора АСИ по промтуризму 2022-23. URL: https://dzen.ru/a/Y8_7XRXkeUF8O_20?sid=107440544943630342(дата обращения: 22.03.2024)