Правительство Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное

образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный университет»

Институт наук о Земле

Кафедра Страноведения и международного туризма

ЕГОРОВА Ольга Анатольевна

Выпускная квалификационная работа

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Основная образовательная программа 43.03.02 «Туризм»

Научный руководитель:   
 кандидат экономических наук,   
 Доцент кафедры страноведения и международного туризма

СЕМЕНОВА Зоя Анатольевна

Рецензент:

Заместитель директора по маркетингу

ООО «Петротур Сервис»

СУББОТА Ольга Юрьевна

Санкт-Петербург

2020

Аннотация

Промышленный туризм уже занял определенную нишу в туристском рынке многих стран, однако, в России он только начинает свое формирование. Понятие промышленный туризм подразумевает под собой посещение как действующих, так и ретроспективных предприятий с различными целями. В выпускной квалификационной работе рассматривается опыт развития данного вида туризма в России и за рубежом, анализируются условия социально-экономического развития Республики Татарстан как одного из ключевых факторов продвижения промышленного туризма, выявляются проблемы его становления. Результатом работы является обоснование перспектив, выработка рекомендаций по развитию промышленного туризма в Татарстане и создание авторского тура по промышленным объектам исследуемого региона.

Ключевые слова: промышленный туризм, Республика Татарстан, промышленность Татарстана, промышленный тур

Abstract

Industrial tourism has already occupied a certain niche in the tourism market of many countries; however, in Russia it is only beginning to form. The concept of industrial tourism implies visiting both existing and retrospective enterprises with various goals. The final qualifying work examines the experience of developing this type of tourism in Russia and abroad, analyzes the conditions of the socio-economic development of the Republic of Tatarstan as one of the key factors in promoting industrial tourism, identifies the problems of its formation. The result of the work is the substantiation of prospects, development of recommendations for the development of industrial tourism in Tatarstan and the creation of an author's tour of the industrial facilities of the studied region.

Keywords: industrial tourism, Republic of Tatarstan, industry of Tatarstan, industrial tour

СОДЕРЖАНИЕ

[ВВЕДЕНИЕ 4](#_Toc40622114)

[1. КАТЕГОРИЯ «ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ» В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ: ПОНЯТИЯ, АКТОРЫ, ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ 6](#_Toc40622115)

[1.1 Определение понятия «промышленный туризм» 6](#_Toc40622116)

[1.2 Акторы промышленного туризма. 11](#_Toc40622117)

[1.3 Опыт развития промышленного туризма в России и за рубежом 16](#_Toc40622118)

[2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ КАК ФАКОРЫ РАЗВИИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТРСТАН 22](#_Toc40622119)

[2.1 Население, трудовые ресурсы и уровень социально-экономического 22](#_Toc40622120)

[развития 22](#_Toc40622121)

[2.2 Структура и специализация промышленного производства 27](#_Toc40622122)

[2.3 Инновационный вектор развития современной промышленности. 34](#_Toc40622123)

[3.ОБОСНОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ 38](#_Toc40622124)

[3.1 Современное развитие промышленного туризма 38](#_Toc40622125)

[3.2 Барьеры и вызовы в развитии промышленного туризма 46](#_Toc40622126)

[2.3 Создание турпродукта. 53](#_Toc40622127)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 63](#_Toc40622128)

[Список использованной литературы 65](#_Toc40622129)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 71](#_Toc40622130)

# ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития общества все большую популярность приобретают специализированные виды туризма, во время которых турист не только отдыхает, но и получает новые знания, знакомится с «тайными» сторонами общественного функционирования, одним из таких видов является промышленный туризм. Республика Татарстан является одним из центров промышленного производства нашей страны и обладает богатым потенциалом для развития этого направления.

Актуальность работы обусловлена наличием нереализованных факторов для

развития промышленного туризма в республике. Их использование позволит диверсифицировать туристскую деятельность, экономически оздоровить промышленные предприятия. Данный вид туризма призван обеспечить повышение уровня осведомленности населения об экономике производственного сектора, как на предыдущих этапах развития, так и в современных условиях внедрения инновационных процессов. На основе комплексного подхода к изучению феномена промышленного туризма выявлены актуальные проблемы и научно обоснованы предложения по дальнейшему его развитию. На решение этой задачи и нацелено данное исследование.

Объектом исследования является состояние промышленного туризма в Республике Татарстан.

Предмет исследования -  процессы развития промышленного туризма в Республике Татарстан.

Цель - обосновать перспективы и выработать практические рекомендации по развитию промышленного туризма в Республике Татарстан.

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

1. раскрыть сущность понятия «промышленный туризм» и его видов;
2. изучить отечественный и зарубежный опыт развития промышленного туризма;
3. проанализировать социально-экономические условия как фактор развития промышленного туризма;
4. выявить барьеры и вызовы в развитии промышленного туризма и выработать

предложения по их нейтрализации;

1. разработать авторский тур об истории и инновационных достижениях промышленного производства.

При выполнении работы использованы следующие методы научного исследования: аналогий, классификации,  сравнительно-аналитический, обобщения статистический анализ, SWOT-анализ.

Теоретико-методологическую основу работы составили диссертация голландского исследователя А.Г. Отгаара, научные статьи российских и зарубежных авторов, нормативно-правовые источники, данные служб государственной статистики.

 Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. В первой главе определена сущность понятия «промышленный туризм», рассмотрены заинтересованные стороны при организации промышленных туров и экскурсий, изучен опыт развития данного вида туризма в России и за рубежом. Вторая глава посвящена анализу социально-экономических условий Республики Татарстан для развития промышленного туризма и исследованию структуры современного промышленного производства республики. Третья глава содержит анализ текущего состояния промышленного туризма в Татарстане и рекомендации по его развитию, а также разработку авторского тура. В работе имеется 12 рисунков и 9 таблиц.

# 1. КАТЕГОРИЯ «ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ» В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ: ПОНЯТИЯ, АКТОРЫ, ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ

## 1.1 Определение понятия «промышленный туризм»

Промышленный туризм – относительно новее направление в туризме, поэтому выявляется некоторая недостаточность научной проработки. В зарубежной и российской науке существует несколько точек зрения на проблему дефиниции промышленного туризма.

Рассмотрим основные подходы к определению промышленного туризма. Так как промышленный туризм зародился в странах Запада, проанализируем позиции западных ученых. В английском языке слово «industry» имеет два значения [1]:

1. the production of goods from raw materials, especially in factories (производство товаров из сырья, особенно на фабриках), что соответствует по смыслу слову «промышленность» в русском языке;
2. the people and activities involved in producing a particular thing, or in providing a particular service (люди и деятельность, связанные с производством определенной вещи или предоставлением конкретной услуги), что соотносится по значению с словом «индустрия» в России,

поэтому точка зрения исследователя может быть искажена при переводе на русский язык ввиду одинаковости написания слов «промышленность» и «индустрия», поэтому при изучении литературы важно учитывать контекст употребления данных понятий.

Одним из первых исследователей, давших понятие индустриальному туризму, стал в 1974 году Саймонсон. Он определил индустриальный туризм как «посещение производственного объекта», который «может включать образовательные туры по объекту, пробы продукта и возможную покупку продукта и /или сувениров». [2]

Обширную работу провела доктор экономических наук Мельбрунского университета Элспет Энн Фрю, в 2000 году написавшая докторскую диссертации на тему промышленного туризма. Фрю определяет промышленный туризм как «посещение туристами рабочих мест, где основная деятельность объекта ориентирована не на туризм». Данное определение соответствует традиции в англосаксонской литературе проводить различие между индустриальным и промышленным туризмом. Стивенс также определил промышленный туризм как посещение действующих фирм, а не отраслей прошлого. Индустриальный туризм, по мнению Фрю, шире, чем промышленный туризм: все отрасли экономики могут открыть свои двери для индустриальных туристов. Не только производственные мощности (как было предложено Саймонсом в 1974), но и поставщики услуг, например, логистические фирмы, аналитические центры, являются потенциальными местами для индустриального туризма. Согласно определению исследовательницы, места для промышленного туризма можно найти только у компании, основной сферой деятельности которых является производство товаров и услуг. Фирмы и объеты, ориентированные на туризм, не входят в понятие промышленного туризма. Основную характеристику аттракций для промышленного туризма автор видит в их возможности всегда вернуться к основному виду деятельности с получением прибыли не от туристской отрасли. [3]

Чтобы посмотреть на понятие промышленного туризма с другой стороны рассмотрим определение, которое сформулировал немецкий географ Дитрих Соезом. В 1986-1993 годах Соез определил промышленный туризм (Industrietourismus на немецком языке) как визиты в действующие и недействующие фирмы: «движение, вызванные обращением бывших или действующих предприятий к внешним посетителям». В противовес Фрю, исключающей промышленное наследие из концепции промышленного туризма, Соез, напротив, включает «бывшие промышленные системы» в свое определение. Более того, его определение включает в себя объекты потребительского туризма, такие как парки брендов, корпоративные музеи, в отличие от Фрю, проводившей четкое различие между промышленным туризмом и потребительским туризмом. Этот подход также подразумевает, что и индустрия туризма может открыть свои двери для промышленных посетителей. Когда вы посещаете зоопарк, чтобы увидеть животных, вы обычный турист. Но если вы посещаете зоопарк, с целью узнать больше о том, как он работает, вы становитесь промышленным туристом. [4]

На первой европейской конференции по промышленному туризму в Анже в 2006 году французский ученый Жан-Рене Морис представил свой взгляд на промышленный туризм, который он выделил в одну из трех групп «экономических открытий» (découvertes économiques на французском языке). Экономические открытия, по мнению исследователя, состоят из трех групп:

1) Le tourisme de visite d’entreprise (туристские посещения компаний – «промышленный туризм»); предполагает посещение производственных площадок компаний во всех секторах экономики.

2) Le tourisme de patrimoine industriel (индустриальный туризм); включает в себя объекты культурного наследия и музеи, где туристы могут узнать об экономической деятельности в прошлом.

3) Le tourism scientifique (научный туризм); касается музеев, культурных центров, научных центров и т. д., где посетители могут узнать о науке.

Первую группу (туристские посещения компаний) можно далее подразделить на три подкатегории:

1) Открытые двери. Компании, открывающие свои площадки без изменения производственных процессов. Это касается фирм, которые открывают свои двери в «дни открытых дверей, недели без турникетов». Эти фирмы просто показывают, как они работают.

2) Коммуникационные центры. Компании, которые продублировали свои производственные подразделения в специально спроектированных туристических центрах. Экскурсантов чаще всего сопровождают профессиональные гиды. Посещения компании рассматриваются как средство общения между заинтересованной аудиторией и фирмой.

3) Коммерческие единицы. Компании, рассматривающие посещения как коммерческую деятельность. Для получения прибыли они открывают магазины или другие коммерческие объекты рядом с производственной площадкой. [5]

Голландский исследователь Александр Отгаар в монографии «Промышленный туризм: где публика встречается с частным», проанализировав всесторонние подходы к вопросу промышленного туризма, приводит следующее определение: «Промышленный туризм включает в себя посещение аттракций, которые позволяют посетителям узнать об экономической деятельности в прошлом, настоящем и будущем». Под промышленными туристами Отгаар подразумевает посетителей, чьей целью является получение знаний об экономической деятельности предприятия, то есть в эту группу можно включить посещение фирм с образовательными, познавательными, профориетационными целями. Другим важным условием является то, что посетителям не платят компании, которые они посещают (по аналогии с определением туриста). При данном подходе, возможно, будет трудно отличить промышленных туристов от деловых путешественников, ведь бизнес и образование (например, изучение экономической деятельности в регионе) часто идут рука об руку. [6]

Перейдем к рассмотрению и обзору литературы российских авторов. В крупнейшей российской научной электронной библиотеке eLIBRARY.ru по запросу «промышленный туризм» можно обнаружить 290 публикаций, среди которых более 200 старше 2016 года. Это говорит о новизне направления и актуальности проблемы. Несмотря на слабую проработанность теоретических аспектов темы промышленного туризма, можно сказать, что большинство исследователей склонны разделять понятия индустриального и промышленного туризма, в отличие от европейских исследователей.

Так, широко распространено понятие, по которому индустриальный туризм - это изучение объектов и территорий, производственного (гражданского) или специального (военного) назначения и различных покинутых, заброшенных сооружений для получения психологического, эстетического удовольствия либо удовлетворения исследовательского интереса. [7] Индустриальный туризм включает в себя такие направления, как посещение заброшенных объектов, инфильтрация (проникновение на охраняемые территории), урбанизм, руфинг (экскурсии по крышам города), диггерство (исследование подземных объектов) и промышленный туризм, причем промышленный туризм заслуженно считается одним из наиболее безопасных видов индустриального туризма, так как является организованным.

Одно из первых российских определений понятия промышленный туризм как «организацию регулярных туристических туров на действующие (или некогда действовавшие) промышленные предприятия. Превращение производственной площадки в объект туристической привлекательности» было дано в книге «Маркетинг города» Визгалова Д.В. [8, с 63]

С этим утверждением согласны и ученые из Уральского государственного экономического университета Н. Ю. Власова, О. Ю.Голубчиков и Курилова Е. В, понимающие под промышленным туризмом развитие туристской индустрии, которое основывается на использовании сооружений, зданий, различных промышленных объектов, городских ландшафтов связанных с индустриальным прошлым данной территории. [9] Данное определение, однако, исключает из себя новые промышленные объекты, например, заводы транснациональных корпорации, действующие на территории региона, которые, напротив, часто строятся уже готовые к приему туристов.

Исследователи из Белгорода О.К. Силникова и И. Д. Марков в своей статье «Производственный туризм как фактор повышения привлекательности Белгородской области» предлагают использовать не привычный термин «промышленный туризм», под которым они понимают посещение только промышленных объектов, а понятие «производственный туризм», включающее в себя также места предоставления услуг. [10] Такой подход схож с подходом иностранного ученого Соеза.

Е. В. Аноприева из Белогородского университета предлагает разделять промышленный туризма на две категории: собственно промышленный туризм, заключающийся в посещении действующих предприятий (цеха, заводы, шахты, карьеры) и промышленно-исторический, связанный с посещение объектов уже не функционирующих. [11]

В государственном стандарте РФ от 2016 промышленный туризм определен как посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему.[12] При формировании определения будем опираться на данный нормативно-правовой акт.

По нашему мнению, промышленный туризм — это организованные посещения промышленных предприятий, как ныне действующих, так и ретроспективных с познавательными, профессиональными, профориентационными и иными целями.

Промышленный туризм можно классифицировать по количеству объектов, единовременно посещенных экскурсантами:

1. Экскурсия на предприятие — организованное групповое посещение объекта промышленности с познавательными целями, продолжительность такого посещения обычно не превышает нескольких часов.
2. Тематические туры — организованные поездки, включающие в себя посещения нескольких предприятий одного региона. Так как длительность таких туров превышает 2 дня, то в них включаются услуги питания, размещения, трансфера, а также, иногда, и обзорные экскурсии по городам посещения. [74]

В свою очередь в зависимости от целей и содержания производственные экскурсии можно разделить на 4 категории [13]:

* Производственно-исторические проводятся с целью знакомства с историей производства, изучения его вклада в развитие региона на различных исторических этапах;
* Производственно-экономические раскрывают такие вопросы, как себестоимость продукции, процесс организации труда, оценка качества продукции;
* Производственно-технические нацелены на изучение технологии, как всего производства, так и его отдельных участков, цехов;.
* Профориентационные экскурсии для подростков, которые посвящены подробному знакомству с различными профессиями.

По составу группы промышленный туризм можно разделить на:

* экскурсии для школьников;
* экскурсии для смешанных групп;
* экскурсии для профессионалов.

Все эти группы объединяет познавательная цель, но к школьным экскурсиям примешиваются профориентационные и учебные цели, а экскурсии для профессионалов в основном предусмотрены для специалистов и бизнесменов на передовые предприятия той или иной отрасли промышленности с целью получения опыта успешных предприятий, изучения особенностей производственного процесса, знакомства с новыми технологиями и инновациями, поиска объектов для инвестиции и партнеров для ведения бизнеса. Для профессионалов экскурсии на производство организуются в индивидуальном порядке.

По возможной частоте посещения промышленных предприятий можно выделить:

* Регулярные промышленные экскурсии, которые проводятся по предварительному заказу в любое время года. Это требует наличия штатного обученного экскурсовода или обучения для внештатного сотрудника, но уровень таких экскурсии зачастую выше.
* Нерегулярные промышленные экскурсии. Возможность посетить предприятие появляется только в определенные периоды, например, во время ежегодной акции «Неделя без турникетов» или во время дней открытых дверей.

На этапе развития промышленного туризма наиболее логично начать с организации школьных экскурсии, участников для которых более легко найти. Благодаря коммуникации внутри семьи, школьники постепенно будут разрушать стереотип «закрытого производства» для своих родителей, которые в дальнейшем могут стать участниками смешанных групп.

## 1.2 Акторы промышленного туризма.

Как и любой другой вид туризма, переживающий фазу становления, промышленный труизм требует координированных совместных усилий от различных акторов (лат. āctor – действующий; исполнитель). Согласно данным Национального корпуса русского языка актором является «значимый субъект, играющий заметную роль в том или ином процессе, в тех или иных условиях». [14] Акторами промышленного туризма можно считать производителей (или промышленные предприятия), органы государственного управления (городской регион), туристские компании и туристы. Промышленный туризм выступает в роли платформы для развития государственно-частного партнерства. Рассмотрим выгоды и преимущества для основных акторов промышленного туризма.

Рисунок 1 – Акторы промышленного туризма [составлено автором]

Для принимающей стороны можно выявить прямые и косвенные выгоды. Наиболее явная финансовая выгода от промышленного туризма для компании заключается в продаже входных билетов. Доход компании зависит от цены билета и количества экскурсантов. При фиксированной цене входных билетов выручка будет расти пропорционально количеству посетителей. Однако компании могут использовать дифференциацию цен, учитывая покупательную способность различных групп посетителей.

Для этого есть две причины: первая заключается в том, что субсидируемые группы посетителей (школьники) могут быть интересны для компании для других целей (например, снижение затрат на подбор персонала или продажи на месте). Другой причиной может являться давление, которое оказывает общественность на компанию, с целью повышения доступности данного вида туризма для социально незащищенных групп населения.

Доход от продажи билетов может поступать как непосредственно в приминающую компанию, так и в турфирму, если она организует экскурсию, тогда предприятие получает определенный процент.

Вторая прямая финансовая выгода от промышленного туризма поступает благодаря продажам на месте. Существуют две категории продаж на месте:

1) продажа товаров, которые иначе были бы проданы через посредников;

2) продажа услуг и товаров, специально разработанных для промышленных туристов. [6]

В первом случае, продавая продукты напрямую клиентам, компании-производители получают большую долю прибыли. Вторая категория включает в себя сувениры и товары, а также продукты питания и напитки. Продаваемые на территории предприятия.

Доход, полученный от продаж на месте, зависит от количества туристов и в большей степени от состава группы. Например, посетители, ориентированные на отдых, тратят на сувениры больше, чем профессионалы.

Репутационные преимущества. Промышленный туризм несет не только прямые финансовые выгоды для компаний, но и положительные изменения для репутации. Экскурсии на предприятия могут помочь улучшить корпоративный имидж и репутацию компании способствуют продвижению производимых товаров, являются средством корпоративной социальной политики. Репутационные преимущества более косвенны, менее ощутимы и трудны для количественной оценки.

Промышленные туры в данном случае выступают в качестве средства продвижения компании и её брендов, а также для информирования клиентов об управлении качеством, социальной и экологической политике, истории компании и других деталях, которые помогают завоевать их доверие и лояльность.

Когда компания открывает свои двери, преимущества зависят от состава группы посетителей. Наиболее выгодны для компаний посещения существующими и потенциальными потребителями производимого ей продукта. В этом случае подобные визиты компании могут повысить лояльность покупателей, что повысит вероятность того, что они продолжат использовать продукты и услуги (повторные покупки) и расскажут о компании своим друзьям и знакомым, метод «сарафанного радио». Поскольку почти невозможно избежать потерь в промышленных турах для потенциальных потребителей, нынешние потребители по определению являются более интересной целевой группой для компании. Но следует заметить, что такой подход к выбору посетителей в условиях ограниченной способности предприятия принять туристов, подходит не для всех видов промышленности, а в большей мере для предприятий, выпускающих продукты, одежду и товары повседневного спроса.

Следующей группой посетителей, которая занимает важное место в менеджменте промышленных предприятий, можно назвать, посетителей-профессионалов, бизнес - посетителей, которые потенциально могут оказать влияние на факторы производства, а через них и на деятельность компании в целом. Государственные органы тоже можно рассматривать как бизнес партнеров, иногда потому, что государство и муниципалитеты могут выступать в качестве заказчиков, но в большинстве случаев потому, что государство распределяет субсидии, лицензии, определяет правовую и налоговую структуру, в которой предприятия (и их деловые партнеры) вынуждены функционировать. Туры для профессионалов важны для производства товаров и услуг с хорошим качеством и конкурентоспособной ценой с учетом социальных и экологических стандартов.

Для промышленности особенно важны посетители, которые в дальнейшем могут стать работниками данного предприятия. Ведь с ростом технологичности производственных процессов человеческий капитал постепенно становится решающим фактором производства. Наиболее релевантной целевой аудиторией для поиска будущих сотрудников являются дети и молодые люди, хотя с тенденциями непрерывного обучения и большей динамичностью на рынках труда взрослые люди также способны заинтересовать компании.

Однако, несмотря на преимущества, далеко не все компании стремятся организовывать возможности для массового посещения туристами своих предприятий, опасаясь за увеличение организационных издержек, организацию безопасности, сохранение коммерческой тайны, сокращение производительности труда вследствие дискомфорта работников предприятия.

Для регионов развитие промышленного туризма может стать одним из методов диверсификации экономики, увеличения занятости населения за счет эффекта мультипликатора и роста как прямых, так и индуцированных доходов. Одним из вариантов усиления эффекта мультипликатора является создание туристских предложений, позволяющих посетителям сочетать посещение достопримечательностей промышленного туризма с посещением других туристических объектов. Доход можно увеличить путем большего вовлечения местных региональных экскурсионных предприятий, организаций по оказанию услуг в сфере питания, размещения.

Промышленный туризм также может рассматриваться как инструмент маркетинга или брендинга региона. Существует три варианта, как может изменить имидж региона организация промышленного туризма [15]:

1. Организация современной инфраструктуры, делающей промышленные районы с туристическим потенциалом более доступными инфраструктуры, делает регион более привлекательным как для посетителей, так и для жителей.
2. Визиты на предприятия помогают показать позитивный и реалистичный образ города, демонстрирующий его экономическую жизнеспособность и привлекательность как места, где можно жить, работать, отдыхать, инвестировать.
3. Программы промышленного туризма влияют на восприятие города потенциальными потребителями через СМИ. Когда люди читают или слышат о турах компании в рекламных объявлениях или статьях, их общее мнение о городе (его привлекательность, его экономическая жизнеспособность) может измениться.

Следует упомянуть и влияние промышленного туризма на рынок труда. Увеличивая количество рабочих мест и создавая большую вариативность для выбора профессии и места для работы, промышленный туризм способствует сохранению кадров в регионе и, в определенной мере, препятствует оттоку молодежи.

В некоторых регионах промышленный туризм может занять это лишь небольшую нишу, оказав незначительное влияние на турпоток, в то время как для других регионов он может стать одним из лидеров политики продвижения туризма. Особенно важен промышленный туризм для старопромышленных регионов и моногородов, ведь экономика таких городов тесно связана с крупным бюджетообразующим предприятием. [16]

Содействовать становлению промышленного туризма в регионе органы муниципальной и региональной власти могут посредством финансирования и экспертной оценки. Поддержка в реализации турпродукта может быть представлена в виде привлечения туроптока в виде организации обязательных промышленных экскурсии для предприятий, создания и финансирования специальных программ для школьников, пенсионеров, социально незащищенных групп населения, совместных маркетинговых проектов и акций.

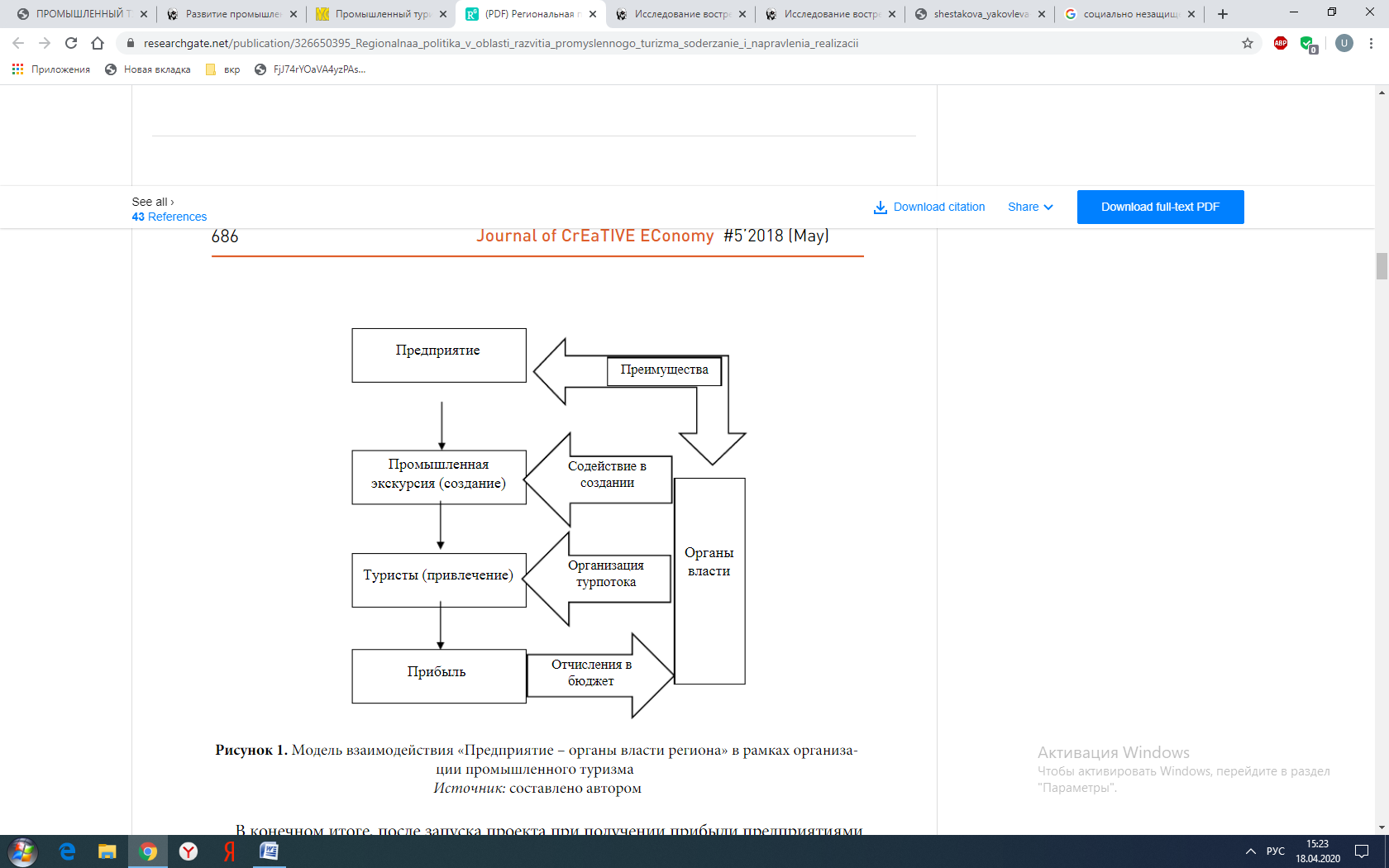


Рисунок 2 - Модель взаимодействия «Предприятие - органы власти региона» в процессах организации промышленного туризма [17]

По мнению американских исследователей Джозефа Пейна и Джеймса Гилмора экономика сейчас находится на новой стадии развития – экономики впечатлений. В данном случае потребители приобретают не товар, а незабываемые моменты совей жизни. [18] Для того чтобы удивлять постоянно, важно развивать новые направления туризма, одним из которых и является промышленный туризм. Современные туристы – «коллекционеры мест», но стандартный туристский ассортимент уже не всегда удовлетворяет требованиям туристов, которые в условиях ограниченности времени хотят совместить отдых и получение новых знаний. Промышленный туризм идеально соответствует эти запросам. На экскурсиях по производствам можно ознакомиться с процессом создания продукта, узнать технологию, прикоснуться к промышленным машинам, а иногда и продегустировать продукцию. По этим причинам особым спросом промышленные экскурсии пользуются у семей с детьми. [19]

Развитие промышленного туризма может принести дополнительный доход предприятиям туристкой индустрии. Для туроператоров развитие нового направления деятельности может помочь диверсифицировать предложение, увеличить объем предоставляемых услуг, повысить свою узнаваемость среди клиентов, привлечь СМИ и государственную поддержку инновационным продуктом и послужить источником дополнительной прибыли, а также сгладить сезонные колебания за счет всесезонности промышленного туризма. В рамках анализа региональных рынков промышленного туризма исследователи Никитина и Трусов пришли к выводу, что промышленные экскурсии представляют больший интерес в составе смешанных туров. [20] Туроператоры, реализующие продукт в направлении промышленного туризма, отмечают высокую маржинальность (в районе 30%). [21]

## 1.3 Опыт развития промышленного туризма в России и за рубежом

Промышленный туризм зародился в конце 19 века в США. Первым предприятием, открывшим свои двери для туристов, стала винокурня Jack Daniel's в Тенесси, специализирующийся на производстве виски, в 1866 году, являющимся также годом ее основания.[22] Фрю в своей работе упоминает несколько примеров промышленного туризма и в европейских странах: в Нидерландах посещения сырных фабрик, во Франции — табачных и шоколадных фабрик, виноградников, в Греции и Мальте – производств изделий из кожи. Ввиду узости туристского рынка вплоть до середины 20 столетия, промышленный туризм в этих странах развивался, в основном, как услуга для местного населения. Рывок в развитии рынка туристских услуг в развитых странах после Второй мировой войны положил начало развитию новых сегментов и ниш этого рынка, ввиду значительного увеличения тур потока. Одной из таких ниш и стал промышленный туризм. Внимание к нему привлек начавшийся после окончания войны спад в промышленном производстве в колыбели современной промышленности: Великобритании, а также в традиционных промышленных регионах, например, Рурском в Германии.

Однако значимый прирост в сегменте промышленного туризма стал заметен только в 90-ые. Около 90% турагентов в Европе, занятых в сфере промышленного туризма, стали работать в данном направлении туристского бизнеса в конце 80-ых начале 90-ых годов 20 века. [6] Во многом это связано с усилием государственных органов по развитию данного вида туризма. В 1988 году Британское управление по туризму начало кампанию «Посмотри промышленность в работе», которую считают одной из первых инициатив по продвижению посещений на действующие предприятия. Эта кампания вдохновила другие страны и регионы к развития подобных проектов. В голландском Роттердаме тур по промышленным объектам был организован в конце 90-ых, в 2000 в округе Йорк штата Пенсильвания была создана торговая марка «Фабрика тура мировой столицы». Чтобы увеличить предложение французском городе Пайс-де-ла-Луар в 2001 году была основана организация под названием «Посетите наши компании», и уже к 2009 году членами этой организации стала большая часть предприятий региона - 87 штук. В 2005 году в Шанхае был создан центр по содействию промышленному туризму, а в итальянском городе Турин началась программа под названием «Сделано в Турине. Отличный тур». В 2006 году в городе Анже в департаменте Пайс-де-ла-Луар состоялась первая европейская конференция, посвященная организации промышленных экскурсий, на которой внимание было уделено не только промышленным предприятиям и их выгодам, но и городским и сельским регионам, на территории которых они расположены. Другими примерами городов и регионов с активными программами по развитию промышленного туризма являются Амстердам (Нидерланды), Нагоя (Япония), регион Рона-Альпы (Франция) и Западная Австралия.

В настоящее время большим успехом в Европе пользуются экскурсии на производства заводов BMW, Audi, тематический парк Volkswagen’s Autostadt в Германии, Legoland в Дании, Swarovski Krystallwelten в Австрии и многие другие. Можно сказать, что промышленный туризм наиболее развит в США, где для промышленных предприятий уже считается дурным тоном не привлекать туристов, ведь такое отношение может нанести серьезный ущерб репутации компании. [23 с 124]. На французских электронных ресурсах сейчас представлены сайты более 1800 предприятий, приглашающих к себе туристов, стоит внимания то, что большинство экскурсий не требует оплаты от посетителя. Наибольшим интересом пользуется приливная электростанция в Рансе: её посещают более 300 тыс. туристов ежегодно. Завод BMW в немецком городе Вольфсбург привлекает более 260 тыс. туристов в год.

В Великобритании шоколадную фабрику «Кэдбери» посещают более 400 тыс. человек в год. Шоколадная фабрика Cadbury считается одной из самых известных и популярных в мире. Экскурсия по фабрике включает в себя знакомство с историей создания шоколада, современным процессом производства, дегустацию готового продукта, а также возможно участие в мастер-класс по изготовлению игрушек из шоколада.

В России промышленный туризм зародился в 30-ые годы 20 века, когда Государственное экскурсионное акционерное общество «Советский Турист» выпускало листовки с маршрутами экскурсий по: предприятиям металлургии (чёрная, цветная металлургия), машиностроения, электростанциям, предприятиям добывающей отрасли (каменноугольной, меднорудной, соляной, нефтяной); химической и легкой промышленности для обеспечения обмена профессиональным опытом.

В настоящее время промышленный туризм все еще находится в зачаточной стадии развития, по данным статистики в 2017 году на его долю приходилось менее 1% туристского рынка. Эксперты отмечают, что большая часть предприятий, предоставляющих возможность для посещения, расположена в столичных городах, причем экскурсионные программы зачастую ориентированы на детей младшего и среднего школьного возраста. [24]

Регионы Юга России популярны местами производства вин. В данном случае, промышленный туризм тесно соседствует с гастрономическим. Среди центров российского винного туризма можно отметить следующие дестинации: **«Абрау-Дюрсо», «Массандра», «Эльбузд», «Левокумское», «Фанагория», «Инкерман», «Ведерников», «Мысхако», «Новый Свет» «ЗолотаяБалка». По данным Турстата в России насчитывается около полумиллиона туристов, посещающих места изготовления вин. [25]**

На многих предприятиях возможность для посещения туристами имеет непостоянный характер. Так, например, Ижевский автомобильный завод с 2015 года ежегодно в декабре открывает свои двери для посетителей. Мероприятие включает экскурсии по действующему производству, осмотр выставки современного модельного ряда LADA, а также ретро-автомобилей в музее завода. За один день завод посещают от 20 до 30 тысяч человек.

В 2015 году предприятие «Арктикуголь», занимавшееся добычей угля на архипелаге Шпицберген, из-за больших убытков, вынуждено было заняться организацией промышленным туризмом с целью получения нового источника доходов. Был открыт Центр развития арктического туризма. Уже через год, в 2016 году шахты и шахтёрские посёлки на архипелаге Шпицберген приняли 27 тысяч туристов, из которых только 600 было из России. «За последние два года выручка от туризма выросла в четыре раза», – сообщил руководитель компании.[26]

С 2016 года началось взаимодействие между Ростуризмом и НПК «Уралвагонзавод» по вопросам развития в России военно-промышленного туризма, результатом стал проект туристического маршрута «Воентур». В 2017 году состоялся первый детский «воентур».

Только в 2017 году в Екатеринбурге во время выставки EXPOTRAVEL-2017 был учрежден новый совещательный орган: Совет по развитию промышленного туризма в Российской Федерации. Председателем Совета был избран Олег Сафонов. Среди задач Совета можно выделить следующие:

* стимулирование развития межрегиональных маршрутов промышленного туризма,
* укрепление связей промышленных предприятий России и туристских компаний, занимающихся познавательными туристическими турами, включающими с посещение индустриальных объектов,
* вопрос о получении допуска на промышленные объекты,
* формирование единой карты промышленного туризма в Российской Федерации.

За год работы данного органа были созданы десятки межрегиональных и до 10 трансграничных маршрутов для промышленного туризма, например, маршрут по Тюменской области, посвященный добыче нефти: «Черное золото Сибири», начата разработка единой карты промышленного туризма в России. [27]

В 2019 году в Екатеринбурге продолжилось обсуждение формирования «Дорожной карты по развитию промышленного туризма в Российской Федерации 2019-2025 годы». [29]

В результате контент анализа сайтов региональных органов по туризму, проведенному в 2017 году, оренбургскими исследователями было выявлено, что на сайтах 88% регионов какая-либо информация о промышленном туризме отсутствует. И только в 10 субъектах (12%) представлена какая-либо информация о реализации промышленного туризма, объектах данной ниши или существующих промышленных экскурсиях. Среди этих субъектов 5 относится к Северо-Западному федеральному округу (ФО), 3 субъекта – к Центральному ФО, и по одному в Уральском и Дальневосточном федеральных округах.

В то же время, анализ сайтов предприятий и туроператоров показал, что в 52% субъектов Российской Федерации промышленные экскурсии проводятся на регулярной основе.

Рисунок 3 - Количество регионов по Федеральным округам по признаку наличия регулярно проводимых промышленных экскурсий [составлен автором по данным 17]

На представленной на рисунке 3 диаграмме мы видим, что первое место по количеству регионов с регулярными промышленным экскурсиями занимает Приволжский федеральный округ. Из 14 регионов этого округа 11 имеют предприятия, доступные для посещения.

Среди наиболее крупных можно отметить эти производства: Алексеевская фабрика художественного ткачества, предприятие «Татспиртпром», элеваторный комплекс «Тамала-элеватор», заводы Pepsi и Coca-Cola, «Балтика – Самара», АО «Благовещенский арматурный завод», крупнейший в стране производитель грузовиков ПАО «КАМАЗ», Горьковский Автомобильный завод (ГАЗ), Пивоваренный завод «КРАФТ», Новочебоксарский филиал «САН ИнБев», «Оренбург-Водоканал», Пермский Хлебокомбинат, Камская ГЭС, Завод минеральных вод «Серебряные ключи», Ульяновский Хладокомбинат, Аэропорт «Ульяновск-Восточный», Завод по производству минеральных вод «Серебряные ключи».

В целом, в России в отличие от зарубежных стран: Бельгия, Германия, Франция, Великобритания, США промышленный туризм только начинает процесс становления. Однако некоторые регионы уже смогли достичь некоторых успехов в развитии промышленного туризма. Среди них можно отметить: Вологодскую область (Череповец, металлургическое предприятие «Севресталь»), Свердловскую область (Белоярская АЭС, Нижний Тагил – «Уралвагонзавод»), Челябинскую область (Магнитогорск – металлургия, Златоуст – производство оружия, Миасс), Тюменскую область (маршрут «Черное золото Сибири»), Удмурию (Ижевск, Воткинск, Сарапул), Самарскую область, Пермский край, Санкт-Петербург и Москву, Ленинградскую область, Калининградскую область (производство янтаря), Тульскую область, Ярославскую область, Нижегородскую область (Выкса), Ростовскую область (Ростсельмаш, Ростовская АЭС), Крым (производство вин).

# 2. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ КАК ФАКОРЫ РАЗВИИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ ТАТРСТАН

## 2.1 Население, трудовые ресурсы и уровень социально-экономического

## развития

Республика Татарстан - один из 85 субъектов Российской Федерации, суверенная республика, входящая в состав Приволжского федерального округа. Республика имеет свою Конституцию, которая была принята 30 ноября 1992 года. Согласно пункту 2 статьи номер 1 данного документа, названия «Республика Татарстан» и « Татарстан» можно считать равнозначными. [30]

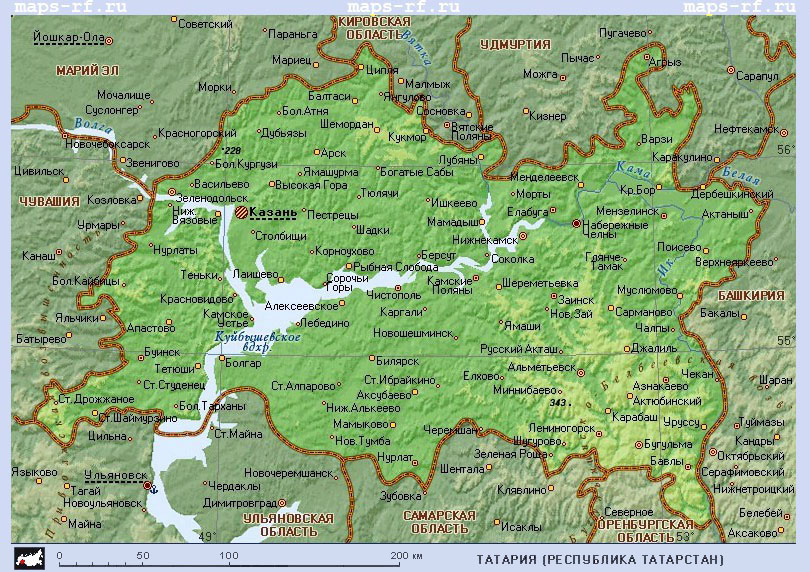


Рисунок 4 – Республика Татарстан на карте Российской Федерации [31]

Татарстан находится на востоке Европейской части России и занимает площадь 67.8 тыс. км2. Столица Татарстана - город Казань, шестой по численности город в стране. На начало 2020 года число жителей в Казани составляло 1 257 391 человек, что на 0.68% больше показателя предыдущего года. Республика граничит с 8 субъектами РФ, среди которых 4 области: Кировская, Оренбургская, Ульяновская, Самарская и 4 республики: Чувашия, Марий Эл, Удмуртия, Башкортостан. Татарстан имеет выгодное географическое положение в месте слияния двух крупных рек Европейской части России: Волги и Камы, и на расстоянии 800 км от Москвы.

Согласно республиканской Конституции Татарстан состоит из 43 муниципальных районов и 14 городов республиканского значения. Два города республиканского значения: Казань и Набережные Челны имеют статус городского округа и образуют отдельные муниципальные образования, в то время как остальные 12 городов входят в соответствующие муниципальные районы.

Численность населения республики по данным Росстата в 2020 году составляет 3 902 642 человека. [32] По численности населения республика занимает восьмое место в РФ, и второе - в Приволжском федеральном округе. Плотность —57,52чел./км, что значительно превышает средние показатели по России.

Татарстан является многонациональной республикой, титульной нацией которой являются татары — 53.2%. Русские является в республике второй национальностью, с 37% соответственно. Всего в Татарстане проживают свыше 173 национальностей, среди которых чуваши, удмурты, мордва, марийцы, башкиры (титульные народности соседних республик), а также украинцы, азербайджанцы, узбеки, армяне. В республике два государственных языка: татарский и русский.

Городское население составляет 76.93% и сконцентрировано, в основном, в двух городских округах: столице республики — Казани и Набережных Челнах. Как и в других регионах нашей страны существует тенденция роста урбанизации. То есть, практически каждый второй житель Татарстана проживает в одном из этих городов. Всего в республике 18 поселков городского типа, число жителей в каждом не превышает 17 000 человек, и 24 города, наиболее крупные из которых [33]:

* Казань – 1 257 391
* Набережные Челны – 533 907
* Нижнекамск - 238 879
* Алметьевск – 157 310
* Зеленодольск – 99 743
* Бугульма – 83 536
* Елабуга – 73 913

Традиционными для республики конфессиями являются ислам и православие. Татары и башкиры (около половины населения республики) исповедуют ислам. Другая часть населения: русские, чуваши, марийцы, удмурты, мордва – христиане, исповедующие православие. Этноконфессиональная группа кряшены, входящая в состав татар уральского и волжского регионов, исповедуют православие. В Татарстане также представлены католицизм, протестантство, иудаизм и другие.[34] В Конституции республики закреплено, что Татарстан — светское государство.

Численность трудовых ресурсов Татарстана, то есть населения в трудоспособном возрасте, а также населения в нетрудоспособном возрасте, занятого в экономике, по данным за 2018 год составила 2318,3 тысяч человек, из которых 1944,3 тысячи человек были заняты, 181 тысяча человек приходится на учащихся и 193 тысячи трудоспособного населения не были вовлечены в экономическую деятельность, что составило 8.3% от общего объёма трудовых ресурсов. [35]

В структуре занятого населения наибольшую долю занимают лица в возрасте от 30 до 49 лет, на долю которых приходится практически половина занятых в республике, наименьшая доля занятых приходится на лица в возрасте до 20 лет (менее 1 %). В целом, за период с 2001 по 2016 годы наблюдается рост доли занятых среди возрастов 55-59 лет и снижение показателя занятости среди лиц 30-49 лет. Данная тенденция наблюдается не только в Татарстане, но и по России, являясь следствием демографического старения населения. Наиболее подробное распределение занятых по возрастам можно проследить на круговой диаграмме.

.

Рисунок 5 - Возрастной состав занятых в Республике Татарстан [составлено автором по данным региональной службы государственной статистики]

Важным индикатором, характеризующим общее состояние развития экономики региона, является уровень безработицы. Согласно данным регионального Министерства труда, занятости и социальной защиты в 2018 году в службах занятости населения было зарегестрировано 10 216 безработных, среди которых 40% имели высшее профессональное образование, около 38% - среднее профессиональное образование, примерно 17% - среднее общее, 5% - основное общее. За период в 5 лет с 2014 по 2018 годы, колчисевто безработных сократилось более, чем на 5 тысяч человек. [35] Эксперты отмечают,что на скоращение рабочих мест повиляил кризис 2015 года, а в настоящий момент значительный рост уровня безработного населения спровоцировал новый кризис, вызванный коронавирусной инфекцией. Все это говорит о необходимости создания новых рабочих мест в будещем, а туризм, как известно, обладает мощным мультипликатиынм эффектом.

Рисунок 6 - Состав занятого населения по уровню образования [составлено автором по данным региональной службы государственной статистики]

Из рисунка 4 видно, что в 2018 году наибольшая доля (43%) занятого населения приходилась на лица со средним профессиональным образованием, более трети работающих имеют выше профессиональное образование (незначительный рост по сравнению с показателями предыдущего года), 20% занятых, имеющих среднее общее образование, и чуть более 1% лиц с основным общим образованием. Число занятого населения без образования незначительно и незначительно колеблется за последнее пятилетие.

Татарстан обладает мощным образовательным потенциалом. По числу студентов на 10 тысяч населения в 2019 году республика заняла 9 место по России и первое по Приволжскому федеральному округу. В 45 вузах Татарстана обучается 147 тысяч студентов, среди которых более 14% приехали из-за рубежа. [36] Популярны татарские вузы и среди российских абитуриентов из других регионов. Наиболее крупные высшие учебные заведения находятся в столице республики. По числу поступивших и по данным сайта Вузотека.ру лидерами по качеству образования и по количеству поступивших являются:

* Казанский (Приволжский) федеральный университет (КФУ)
* Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ)
* Казанский национальный исследовательский технический университет имени А. Н. Туполева

Обучение специалистов в сфере туризма и гостеприимства осуществляется 4 государственных, в том числе в КФУ, КНИТУ и Казанском Институте культуры, и в 4 негосударственных учреждениях высшего профессионального образования. Подготовку кадров также ведут около 10 учреждений среднего профессионального образования, как в Казани, так и в других крупных городах Татарстана. [37] Для эффективного развития туристкой отрасли планируется увеличение ежегодно выпускаемых специалистов до 470 человек.[38]

В настоящее время в республике реализуется Государственная программа "Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014 - 2022 годы" согласно проекту, которой за период с 2014 по 2022 год в сферу туризма планируется вложить 2 959,3 млн. рублей из них 1 298,7 млн. рублей средств бюджета республики, 523,2 млн. рублей средств федерального бюджета, 5,1 млн. рублей средств муниципальных образований, 1 132,3 млн. рублей средств инвесторов. В рамках поставленной в программе цели повышения конкурентоспособности туристского комплекса Республики Татарстан задачами являются увеличение объема и разнообразия предоставляемых туристских услуг и формирование конкурентоспособного туристского продукта. [38] По позитивному опыту зарубежных государств и других регионов РФ промышленный туризм можно считать одним из успешных инструментов достижения поставленных задач. Программа является «живым» инструментом для работы, поэтому в соответствии с текущей экономической ситуацией в неё могут вноситься корректировки.

Сейчас уже можно проанализировать некоторые результаты, достигнутые на первом этапе реализации Программы, завершившемся в 2018 году. Так, в 2019 году был достигнут показатель численности туристического потока достиг 3.6 млн. человек, что даже превысило ожидаемый результат.[39] Ежегодно Татарстан участвует в российских и международных туристских выставках, проводит рекламно-информационные туры для представителей как российской, так и зарубежной туриндустрии. В 2016 году был создан Туристический проект Visit Tatarstan. В конце 2019 администрация Кукуморского района совместно с транспортной компанией «Содружество» запустила новый туристский маршрут, идей которого является знакомство туристов с промышленной историей и современностью.[40] Однако не все проекты Государственного комитета Республики Татарстан по туризму смогли стать успешными. Например, масштабный проект по созданию комплекса кластеров «Пять ветров» так и был реализован в полной мере, так как найти инвесторов, готовых к вложению более 1.3 млрд. рублей не удалось. [41]

Согласно бюджету республики 2019 года на деятельность Государственного комитета Республики Татарстан по туризму было выделено 119, 22 млн. рублей. Для реализации Государственной программы «Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан» 117, 9 млн. рублей, на «Мероприятия, направленные на совершенствование государственной политики в сфере туризма и гостеприимства» - 31, 4 млн. рублей соответственно. [42]

## Структура и специализация промышленного производства

Экономика республики. Объем валового регионального продукта (ВРП) Татарстана в 2019 году составил 2,58 трлн. руб. Это на 1% больше итогов предыдущего года. [43]  Татарстан считается промышленным регионом, входит в состав Приволжского федерального округа РФ. По ВРП Республика Татарстан в 2018 году заняла 7 место в стране. По данным Территориального органа государственной статистики основную долю ВРП Татарстана составляет добыча полезных ископаемых (24,8%) и обрабатывающие производства (18%), среди которых особо выделяются предприятия по производству химической и нефтехимической продукции и машиностроение. [44] А объём произведенной промышленной продукции почти в 9 раз превосходит производство в аграрном секторе.

Объём промышленной продукции в 2018 году составил 2 818 млрд. рублей, среди которой почти 69% приходится на обрабатывающие производства, 24.8% на добычу полезных ископаемых, около 6% на прочие отрасли (водоснабжение, электроэнергетика и тд.). На рисунке 3 представлена положительная динамика промышленного производства в Татарстане в период с 2012 по 2018 годы.

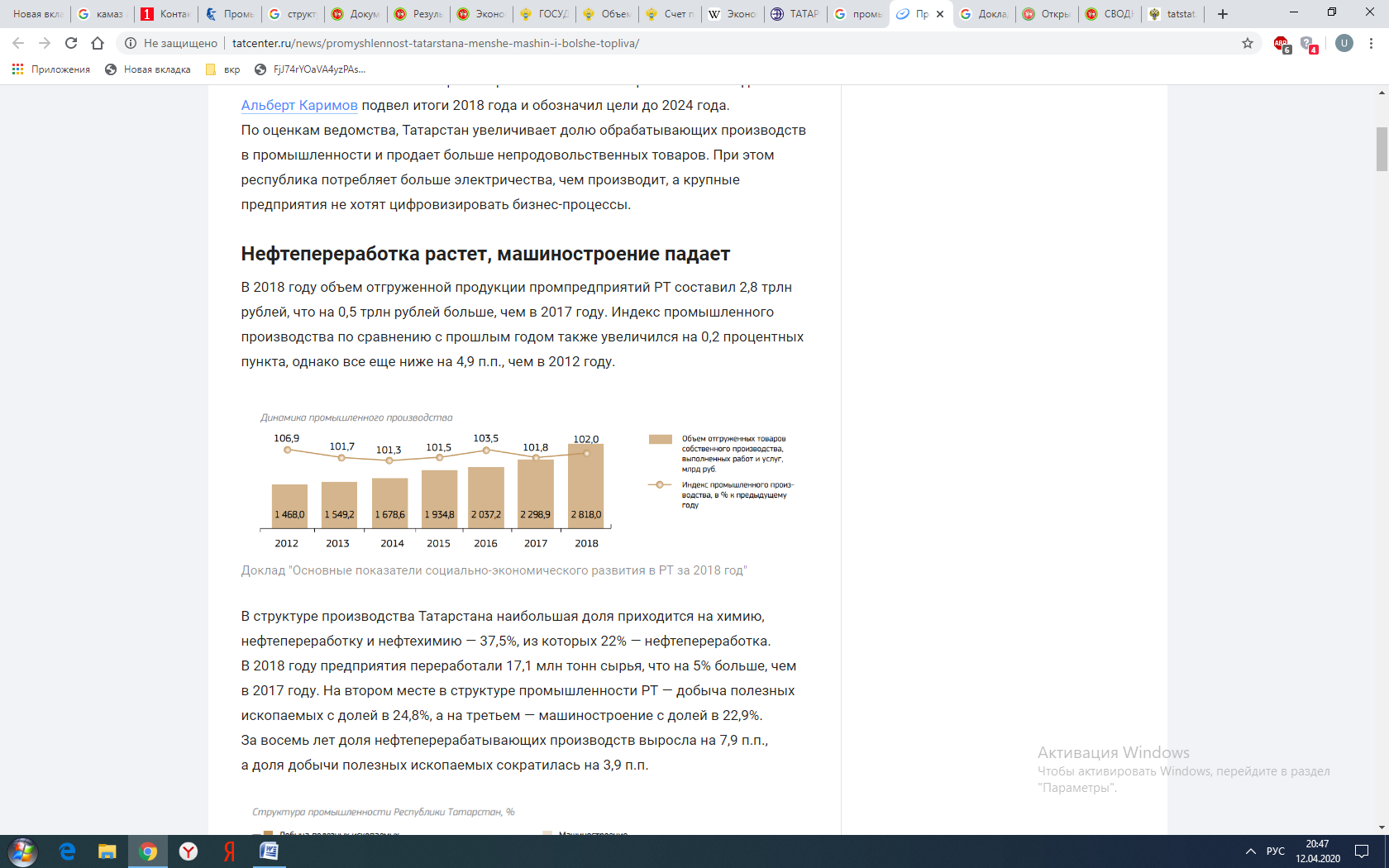


Рисунок 7 - Динамика промышленно производства [45]

Главные отрасли промышленности Татарстана сформировались еще в советский период. Но отличительной чертой промышленного производства Татарстана является то, что в пореформенную эпоху в нашей стране, благодаря грамотной политике региональных властей, особому бюджетному режиму начала 90-ых, проведения приватизации по жесткому сценарию, ориентацию на поддержку местного производства, республике удалось сохранить свой промышленный потенциал. В дальнейшем советское наследие грамотно использовалось для комплексного развития экономики, поэтому удалось сохранить высокую долю машиностроительной отрасли в экономике республики, а масштабные инвестиции в химическую и нефтехимическую промышленность позволили существенно увеличить долю этой перспективной отрасли в структуре промышленного производства Татарстана (Таблица 1).

Таблица 1

Отраслевая структура промышленного производства Татарстана в % [составлено автором по данным источника 46]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Электроэнергетика | Добыча полезных ископаемых | Химия и нефтехимия | Машиностроение | Прочие |
| 1991 | 4.0 | 8.0 | 21.0 | 21.0 | 13.0 |
| 1995 | 12.0 | 21.0 | 25.0 | 25.0 | 9.0 |
| 2003 | 7.0 | 38.0 | 18.0 | 18.0 | 9.0 |
| 2013 | 8.3 | 23.9 | 38.2 | 19.6 | 10.0 |

Рисунок 8 - Наиболее значимые отрасли промышленности в структуре обр. промышленности Татарстана на 2019 год, в % [составлен автором по данным региональной службы государственной статистики]

Наибольшую значимость во внешней торговле республики играет нефтегазохимический комплекс, который обеспечивает около 90% всего объема экспорта. В нефтегазохимичкеский комплекс включаются такие отрасли экономики, как нефтедобыча, производство нефтепродуктов, химическое производство, изготовление изделий из резины и пластика.

Такая специализация региона обусловлена, прежде всего, богатыми залежами нефти и сопутствующего газа. Также в республике находятся залежи промышленными запасов нерудных ископаемых известняка, доломитов, глины для производства кирпича, строительного камня, гипса, песчано-гравийной смеси, торфа, используемых при строительстве. На территории Татарстана выявлено 108 мест залегания угля. Однако в промышленных масштабах может использоваться только уголь, приуроченный к Южно-Татарскому, Мелекесскому и Северо-Татарскому районам Камского угольного бассейна.  
Территория Татарстана относится к Волго-Уральской нефтегазоносной провинции. Известно свыше 130 месторождений нефти. Более половины добываемого ресурса приходится на долю крупного Ромашкинского месторождения и достаточно крупных – Новоелховского, Сабанчинского, Первомайского, Бондюжского месторождений. В республике добывается 894 млн. тонн извлекаемой нефти; прогнозные запасы составляют 1753,8 млн. тонн. 177 организаций занимаются добычей нефти, крупнейшими промышленными предприятиями республики являются: Татанефтехиминвест-холдинг, Казань-Оргсинтез, Татнефть.

Попутный газ добывается вместе с нефтью - около 40 м³ на 1 тонну нефти. Известно несколько небольших месторождений природного газа и газового конденсата. Ведущая нефтегазодобывающая компания – «Татнефть» (26,2 млн. т, 2014; более 80% добычи нефти в республике). Около 30% от добываемого объёма идёт на переработку.

Хотя переработка нефти в Татарстане имеет большую историю, крупные нефтяные запасы были открыты в середине 20 века. Писцовые книги 1865-1568 сообщают о существовании порохового двора в Казани, в котором «серу горячую и зелье и нефть перепускают». С середины 19 века известны попытки превращения нефти в полезную продукцию, например, в 1860-ые возникли первые предприятия выпускавшие гудрон для производства асфальта. Такие компании принадлежали как русским, так и иностранным предпринимателям из Англии, Австро-Венгрии, других европейских стран. К числу крупных относился Шугуровский гудронный завод «Сызраньского асфальтового товарищества», открытый в 1881 году и продолжавший работать до 2009 года, когда он был закрыт по причине экономической нецелесообразности. В настоящее время (с 2015 года) закрытый завод является филиалом Музея нефти Лениногорска. В техническом отношении более сложными предприятиями были заводы в Казани по производству светильного газа для освещения улиц и домов из нефти, привезенной с Кавказа. Первым был завод Башмакова 1874 года открытия, который в 1893 году сменил завод бельгийского АО «Газ и электричество», на котором работало свыше 30 человек. В это же время Е. Гордеева в селе Печищи Услонского уезда основала первое в стране производство керосина из тяжелых остатков перегонки нефти. До этого момента осатки нефти утилизировали, нанося серьезный вред окружающей среде. В годы Первой мировой войны на заводах в Петищах и Казани впервые в России были налажено производство из нефти ароматических углеводородов и салициловых лекарственных препаратов, ранее закупавшихся в Германии. Известный русский химик-органик позже назвал нефтегазовое производство Казани «школой по химии пиролиза».

Новый этап в развитии нефтехимической и нефтеперерабатывающей промышленности начался в середине 20 века, когда были открыты мощные месторождения нефти на юго-востоке Татарской АССР. В 1948 году было открыто второе по величине в России Ромашкинское месторождение, расположенное в Лениногорском районе. Это позволило Татарской АССР стать крупнейшим нефтедобывающим регионом во всем Советском Союзе. Казань стали называть «вторым Баку». Добыча нефти и сопутствующего природного газа дало толчок к становлению промышленности региона, строительству здесь мощных крупнотоннажных предприятий по производству полимеров из нефтегазового сырья. Уже в 1956 году был построен Миннибаевский газобензиновый (сейчас - нефтеперерабатывающий) завод, выпускающий метан, пропан и сжиженный газ для последующего синтеза. В 60- ые годы в республике развернулись стройки союзного масштаба двух крупных предприятий: Нижнекамского нефтехимического комбината (ОАО «Нижнекамскнефтехим») и Казанского завода органического синтеза (ОАО «Казаньоргсинтез»), которые во многом и предопределили дальнейшую специализацию региона. [48]

Главный центр по переработке нефти – Нижнекамский район. Здесь находится большое количество производств нефтегазового комплекса и энергетики. В 2019 году Нижнекамский район отгрузил 18.5% от всей промышленной продукции республики Татарстан. [49] Химическую и нефтехимичекую промышленность Нижнекамска представляют такие заводы, как:

* ПАО «Нижнекамскнефтехим». Один из крупнейших заводов по переработке нефтепродуктов не только в России, но и в Европе. В линейку выпускаемой продукции входит около 120 наименований. Основу составляют пластики, синтетические каучуки и этилен.
* ПАО «Нижнекамскшина», выпускающее более 250 видов шин для легковых и грузовых автомобилей под брендами KAMA и Viatti.
* АО «ТАИФ-НК» занимающееся нефтепереработкой. Завод выпускает различные виды топлива и химического сырья для последующей

переработки.

* АО «ТАНЕКО» - современное предприятие по нефтепереработке, начавшее свою деятельность в 2010 году.

Второй важный центр — столица республики: Казань, где изготавливают полимерные материалы, фармацевтическую продукцию.

* ПАО «Казаньоргсинтез» является крупнейшим предприятием по производству полимеров и сополимеров в Российской Федерации. Для Татарстана данное предприятие имеет стратегическое значение. Продукция завода экспортируется в более чем в 30 стран.
* Федеральное казенное предприятие "Казанский государственный казенный пороховой завод", ведущий свою деятельность с 1788 года, представляет историю изготовления пороха в России. При заводе имеется музей, в котором представлена история 230-летнего предприятия.
* ГК "Нэфис" – один из заводов-лидеров по производству бытовой химии. В число брендов, выпускаемых компанией входят «AOS», «BiMAX», «Sorti», «Биолан», «Я Родился», «Завод Братьев Крестовниковых».
* АО «КВАРТ», более 75 лет выпускающее широкий спектр резинотехнических изделий.

Химическую промышленность и переработку нефтепродуктов в России можно разделить на 15 подотраслей. Одной из таких подотраслей является производство полимеров, в последние года активно развивающееся в Татарсане ввиду высокого спроса, как для производства товаров народного потребления, так и для хозяйства в целом.

В этом направлении успешно работают несколько компаний. Например, «Кампласт» выпускает бамперы на легковые автомобили, «Хитон - пласт-2» является поставщиком полимерных комплектующих на конвейер автозаводов, как в России, так и за рубежом. Переработка полимеров является для Татарстана значимым и инновационным видом деятельности, поэтому знакомство с такими предприятиями может быть интересно, как жителям республики, так и гостям из других регионов и стран.

Переработка полимеров имеет множество вариантов, однако наиболее перспективным для региона и предприятий является выпуск изделий для дальнейшего использования в автомобилестроении. Это связано с тем, что исторически наряду с нефтепереработкой отраслью специализации республики считается машиностроение, в частотности автомобилестроение.

На втором месте среди обрабатывающих производств расположено машиностроение с 16,9% соответственно. Ведущими отраслями машиностроения являются авиа и автомобилестроение. Одним из "локомотивов" экономического роста промышленности республики является развитие автомобилестроительного кластера на базе предприятия-лидера - "КАМАЗ" и "СОЛЛЕРС". Доля КАМАЗА на российском рынке по производству грузовых автомобилей составляет 44.2%. Производственное объединение «КАМАЗ» был образован в 1969 году для производства большегрузных автомобилей в городе Набержные Челны Татарской АССР. За почти 45 лет работы с главного сборочного конвейера сошло более 2.25 млн грузовых автомобилей и около 2.85 млн. двигателей. Сейчас группа компаний КАМАЗ занимает 30% в общероссийском производстве грузовых автомобилей. [50] Компании «Соллерс» принадлежит три завода в Татарстане. Завод по производству легковых автомобилей марок Fiat, Ford Transit мощностью 75 тыс. автомобилей в год был построен в 2008 году в специальной экономической зоне «Алабуга». Завод в Набережных Челнах мощностью 110 тыс. малолитражных автомобилей, до середины 2019 выпускавший малолитражки Ford Fiesta и Ford Ecosport, но в данный момент, закрытый в связи с уходом компании Ford c рынка легковых автомобилей России.

Отрасль авиастроения в Татарстане представлена Казанским авиационным заводом имени С. П. Горбунова (филиал ПАО «Туполев»), выпускающим военные и гражданские самолеты специального назначения на базе Ту-214 и осуществляющим ремонт и обслуживание самолетов, а также ПАО "Казанский вертолетный завод» (входит в холдинг «Вертолеты России»), который осуществляет полный цикл производства и обслуживания данных летательных средств серии Ми-8/17 , Ми-38 и собственного проекта Казанского завода – многоцелевого вертолета Ансат.[51]

В Зеленодольске расположен «Зеленодольский завод имени А. М. Горького»**,** ведущий свою деятельность с 1895 года. За годы работы заводом было произведено более полутора тысяч морских и речных судов. В числе последних проектов завода скоростные пассажирские теплоходы, нефтеналивные танкеры, серия противодиверсионных катеров «Грачонок», фрегаты проекта «Гепард-3.9» для вьетнамской армии. Крупногабаритные металлоконструкции для мостовых переходов, оборудование для нефтегазовой отрасли.

Специальную технику для нефтегазового комплекса, дорожную и коммунальную технику, выпускает АО «Производственное объединение Елабужский автомобильный завод» («ЕлАЗ»). В течение последних лет завод является лидером страны по производству техники для нефтедобычи. Компания «РариТЭК» занимается разработкой и производством газомоторной техники и оборудования для заправки газом.

Легкая промышленность Татарстана имеет небольшой удельный вес в общем объеме промышленного производства, но, несмотря на это является привлекательным направлением для промышленного туризма. Такие предприятия, как АО «Полиматиз», ООО «Завод Эластик» производят современные нетканые материалы, используемые в медицине, сельском хозяйстве, строительстве, автомобилестроении. Одноразовую медицинскую одежду из нетканых материалов выпускает компания «Здравмедтех-Поволжье». В Альметьевске расположена «Альметьевская чулочно-носочная фабрика «Алсу», имеющая значительный вес в российском производстве чулочно-носочных изделий. В Кукуморском районе находятся сразу два крупных предприятия: АО «Кукморский валяльно-войлочный комбинат», занимающися выпуском традиционной русккой обуви-валенок и изделия из натуральной шерсти, и АО «Кукморская швейная фабрика», ведущая пошив верхней одежды детей и взрослых. Богатую историю имеет АО «Мелита», бывший Казанский меховой комбинат, осуществляющее полный цикл изготовления изделий из меха. [52]

Для организации промышленного туризма интерес также представляют предприятия пищевой промышленности, так как многих посетителей привлекает комплексное знакомство, как с процессом производства, так и с готовой продукцией. В структуре обрабатывающих производств их вес составляет чуть более 11%. Наиболее развито в Татарстане производство алкогольных напитков. Так, АО «Татспиртпром» входит в перечень лидеров среди алкогольных компаний РФ, а магазин-музей «Арыш мае», принадлежащий компании, в Казани включен в туристские маршруты по городу. Холдингу принадлежат современный пивоваренный завод «Белый Кремль» в Чистополе, завод по производству спирта в Усадах и Мамадыше, Казанский и Усадскй ликероводочные заводы, завод по производству вин Vigrosso в Казани. С 1867 года работает в Казани пивоваренный завод, а в настоящее время: АО «АБ ИнБев Эфес» (AB InBev Efes). Данное предприятие не только выпускает пиво, но и принимает участие в поддержке агропромышленной программы по выращиванию ячменя для пивоварения в республике. А в Набережных Челнах расположен завод «Булгарпиво» по выпуску безалкогольных напитков, кваса, пивоваренных напитков, минеральных вод. Данная компания занимается внедрением инноваций в технологический процесс.

* 1. Инновационный вектор развития современной промышленности.

Возможности для развития производства экстенсивным путем в настоящее время исчерпываются. В условиях ограниченности или недостатке ряда факторов для развития ключевое место начинают занимать инновации. Республика Татарстан является одним из ведущих регионов страны по инновационному развитию. В 2018 году республика занимала второе место в Рейтинге инновационных регионов, разработанном Ассоциацией инновационных регионов России. Значение индекса инновационного развития Татарстана составляет 169,6% от среднего по стране уровня. [53] Такие высоты Татарстану удалось занять благодаря высокому удельному весу предприятий, осуществлявших технологические и нетехнологические инновации, большому количеству инновационных товаров и услуг, а также благодаря инновационной активности региональной власти. Для регулирования взаимоотношений между участниками в сфере инноваций в 2010 году был принят республиканский N 63-ЗРТ "Об инновационной деятельности в Республике Татарстан. [54] Финансирование инновационных проектов осуществляется, в основном, из собственных средств предприятий.

В Стратегии социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года, принятой в 2015 году, одной из целей является формирование экономики региона, основанной на инновациях и знаниях. Для успешного внедрения инновации на производства требуется тесное взаимодействие между образовательными учреждениями, предприятиями и органами власти. Поэтому Стратегия предполагает создание 10 пилотных инновационных кластеров, которые предполагают расширение возможности бизнеса участвовать в разработке экономической политики. [55]

Важную роль в экономики республики играет Камский инновационно-производственный кластер, специфика предприятий которого является также и основой промышленности республики: нефтепереработка, нефтехимия и автомобилестроение. Данному кластеру отводится ключевая роль в развитии инноваций в республике на ближайшее время. Количество организаций, ведущих свою деятельность в данном кластере, превышает 300.

Ключевую роль в данном кластере играет особая экономическая зона (ОЭЗ) промышленно-производственного типа «Алабуга», где находится 58 резидентов, реализующие проекты в сфере машиностроения, изготовления стекла и композиционных материалов, пищевой промышленности, предприятий по деревообработке. На территории зоны создано 6.8 тыс. рабочих мест. [56]

В 2019 году в республике был разработан проект создания новой ОЭЗ «Алма» в районе Альметьевска. Основой данной экономической зоны должен стать нефтегазохимический кластер компании «Татнефть». В настоящее время проект ожидает утверждения от федеральных властей.

Важной объектом инновационной инфраструктуры в Татарстане является особая экономическая зона техниковнедренческого типа «Иннополис», созданная в 2012 году для работы и проживания специалистов IT-индустрии. Резидентами Иннополиса являются 103 технологических компании, среди которых Сбербанк, Тинькофф и другие. Инновационные технологии были применены и при постройке поселения. Целью создания Иннополиса является разработка и внедрение инновационных решений в бизнес процессы. Для подготовки высококвалифицированных специалистов сферы информационных технологий, робототехники в городе создан университет. Однако сейчас власти признают, что количество резидентов нового города пока недостаточно, поэтому и сумма налоговых отчислений не достигла целевого показателя. Привлечь дополнительные средства в бюджет Иннополиса, а также повысить осведомленность граждан нашей страны о данной ОЭЗ, можно путем увеличения количества туристских посещений города. [57]

Татарстан располагает и мощным интеллектуальным потенциалом. В перечень инновационных объектов инфраструктуры в сфере образования входят свыше 60 высших учебных заведений, Академия наук, Казанский научный центр РАН, технопарки (9), инновационно-технологические центры, крупные отраслевые НИИ и конструкторские бюро.

Инновационная активность предприятий Татарстан в период с 2006 по 2016 возросла с 12.8% до 21.3%, соответственно. Инновационной деятельностью в 2016 году в Татарстане занимались 166 организаций. Наиболее характерны инновации для промышленных предприятий, их доля составляет 76%. Добавленная стоимость инновационной продукции в валовом региональном продукте Татарстана составляет 16.5% от ВРП.

Наиболее активными промышленными предприятиями, внедряющими технологические инновации, являются производства нефтепродуктов, электронного и оптического оборудования, изделий из древесины и кожи, транспортного оборудования, химические производства. В структуре затрат на инновации в технологиях наибольшую долю имеет расходы на покупку машин и оборудования для осуществления технологических новшеств. Расходы, нацеленные непосредственно на приобретение инновационной продукции, в число которых входят приобретение инновационных технологий и программного обеспечения, имеют незначительный вес в структуре затрат. В период с 2010 по 2016 год более, чем в полтора раза сократилась доля затрат на покупку новых технологий. Менее 1% от общей суммы затрат на инновационные технологии приходится на обучение и подготовку кадров для ведения инновационной деятельности и траты на исследования рынка.

В свою очередь, маркетинговые и организационные инновации внедряли менее 10% организации, среди которых наиболее инновационными можно считать предприятия по производству нефтепродуктов, по изготовлению изделий из древесины, по производству изделий из резины и пластмассы. [58]

На сайте Инвестиционно-венчурного фонда Республики Татарстан за 2019 год представлено 32 инновационных проекта с преобладающим количеством в промышленности, например:

* разработка промышленной технологии переработки металлургических отходов,
* организация производства биоэтанола в качестве антидетонационной присадки,
* технология микроплазменной обработки медицинских игл
* организация производства установок для быстрого пиролиза древесной биомассы в жидкое топливо
* проектирование ультралегкого вертолета с соосными винтами КАИ-82-002 «Lark» с возможностью беспилотного полета
* тест-система для экспресс-оценки класса опасности промышленных отходов, веществ, материалов
* разработка лабораторного регламента получения пектина из сахарной свеклы и жома [59]

Таким образом, Татарстан имеет мощную промышленность, которую характеризует не только богатая история и достижения прошлого, но и внедрение новейших технологий в производственный, управленческий, маркетинговый, образовательный процессы.

# 3.ОБОСНОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ

## 3.1 Современное развитие промышленного туризма

Туризм в Татарстане показывает устойчивую положительную динамику по основным показателям развития отрасли. Темп прироста туристского потока в республику в среднем составляет примерно 9 % в год, а темп прироста объема реализации услуг в сфере туризма – 11,8 %. Так количество ежегодно зарегистрированных ночевок увеличилось с 2012 по 2017 годы более, чем в два раза (с 4.4. млн до 10 млн.). Значительную роль в формировании туристкой сферы региона сыграла Всемирная летняя Универсиада 2013 года в Казани, во время которой республику посетили более 150 тысяч туристов из более, чем 170 стран. Благодаря этому событию в Татарстане открылись 13 новых отелей, новые объекты питания, была усовершенствована инфраструктура. В повышении уровня узнаваемости республики для российских и зарубежных туристов сыграло роль также проведение Чемпионата мира по водным видам спорта 2015, матчи Кубка конфедерации 2017 и Чемпионата мира по футболу 2018, Чемпионата мира по профессиональному мастерству по стандартам WorldSkills в 2019 году. Изменение количества турпотока в Татрстана проедставлено на рис. 8. Наблюдается тенденция и незначительного увеличения количества туристов, прибывших из иностранных государств, в среднем, их число составляет около 250-300 тысяч человек. В 2017 году Казань вошла вошла в ТОП-10 лучших туристических направлений России по версии туристского портала Trip Advisor. По данным регионального органа государственной статистки численность занятых в сфере гостиниц и предприятий общественного питания составила в 2018 году более 25 тысяч человек и более 108 000 человек области транспортировки и хранения. [35]

Рисунок 9 - Турпоток в Татарстан [составлено автором по данным Государственного комитета Республики Татарстан по туризму, 60]

По данным АНО «Центр развития туризма в Республике Татарстан» в 2017 году более 80% туристов прибыло в Татарстан с целью досуга и отдыха. Более половины прибыли в республику впервые, а 40% посещают Татарстан не один раз. Высокая доля новых посетителей дестинации говорит об успешности продвижения региона, а рост доли возвратных туристов свидетельствует о наличии интереса к разщличным аттракциям республики. У 78.8% (+2%) респондентов есть желание вновь посетить Татарстан, причем 14% уже запланировали следующий визит. На этот высокий показатель влияние оказывает как положительный опыт туристов, так и количество объектов для посещения, и их удаленность друг от друга. 78% туристов остались довольны своей поездкой в Татарстан. И более 95% опрошенных туристов порекомендовали бы посетить Татарстан своим близким. Набольшее количество посетителей прибыли в республику со своей семьей (42%), еще четверть со «второй половинкой», и 21% с друзьями, поэтому такой тип отдыха можно определить как семейный и молодежный.

Рисунок 10 – «На что вы в первую очередь обращаете внимание при выборе путешествия?» [составлено автором по данным источника 61]

По данным проведенного исследования большинство туристов при выборе поездки обращают внимание на культурную составляющую путешествия (83.9%), стоимость тура и природу региона, также немаловажное значение играет национальный колорит. Главными городами, привлекающими туристов в Татарстан, являются Казань, Свияжск и Елабуга. Такое географическое распределение турпотока обходит стороной моногорода республики: Набережные Челны, Нижнекамск, Чистополь, Менделеевск, Камские Поляны, социально-экономическое состояние которых предопределяет градообразующее предприятие, и которые имеют существенные предпосылки для развития промышленного туризма. [17]

Социально-демографический портрет туриста, посещающего Татарстан в 2018 году, был следующим: путешественник в возрасте 24-34 года, обычно замужняя женщина, специалист среднего звена с высшим образованием и доходом выше 45 тысяч рублей.

Коллективные средства размещения, в основном сосредоточены в двух крупнейших городах Татарстана: Казани и Набережных Челнах. В результате анализа данных онлайн-системы бронирования booking.com было выявлено, что в Казани функционируют более 600 коллективных средств размещения - КСР ( включая апартаменты), из которых 230 гостиниц. Общий номерной фонд столицы республики составляет 8.2 тысяч номеров. В 2019 средний показатель загрузки отелей не изменился с предыдущего года и составляет 60%, наибольшая загрузка гостиниц отмечалась в августе, когда в городе проходил Чемпионат мира по профессиональному мастерству по стандартам WorldSkills, однако отмечается снижение уровня загрузки в период межсезонья. Значительно отстают от Казани как по турпотоку, так и по количеству КСР Набережные Челны. В городе функционирует всего 20 отелей нацеленных, в основном, на бизнес аудиторию и имеющие низкий показатель загрузки, и около 100 апартаментов. В целом, средняя продолжительность пребывания российских туристов в Татарстане возросла до 3 дней, для иностранных граждан этот показатель увеличился незначительно и составил 2.5 дней. В летний сезон характерно более длительные поездки: треть туристов останавливаются на 4-7 дней, 40% - на 2-3 дня. Рост продолжительности пребывания – очень важная характеристика развития туризма в Татарстане, это дает основание для предположений о росте количества привлекательных для туристов объектов посещения, об увеличении осведомленности об аттракциях республики.[62]

Государственный комитет Республики Татарстан по туризму является исполнительным органом государственной власти Республики Татарстан межотраслевой компетенции, осуществляющим функции по государственному управлению в сфере туризма и межотраслевому взаимодействию и согласованию действий с министерствами и ведомствами Республики Татарстан в целях развития туристской индустрии и гостеприимства. В 2017 году комитетом была разработана и представлена Стратегия развития сферы туризма в Республике Татарстан на 2016 - 2021 годы и на плановый период до 2030 года. В данной стратегии по развитию туризма в Татарстане, принятой в 2017 году, в качестве одной из главных проблем отрасли в республики приводится недостаточное разнообразие конкретного туристского продукта, а также слабое использование возможностей туризма выходного дня и преобладание культурно-познавательного туризма, в то время как общемировые тенденции демонстрируют популярность специализированных видов туризма. [63] Одним из таких видов туризма и является промышленный туризм.

В 2019 году Президент Республики Татарстан Рустам Минниханов в рамках заседания Совета при полномочном представителе Президента РФ в Приволжском федеральном округе назвал «индустриальный туризм» (ввиду новизны и отсутствия общепринятых дефиниции для индустриального и промышленного туризма существует поле для неопределенности, однако, исходя из контекста можно утверждать, что Президент Татарстана говорил именно про промышленный туризм) одним из перспективных направлений развития туристкой отрасли в ПФО, куда входит Республика Татарстан. Основанием для развития данного вида туризма руководство региона видит большое количество промышленных объектов и важность промышленных туров и экскурсий для профориентации школьников. В 2019 году региональными властями совместно с пригородной пассажирской компанией «Содружество» был запущен профориентационный проект «Промышленный туризм» для школьников из разных городов республики. Среди предприятий, которые планировалось посетить были названы зеленодольские Завод имени Горького и Завод имени Серго, а также казанские предприятия: Казанский авиационный завод имени С. П. Горбунова, «Казанькомпрессормаш», Казанское моторостроительное производственное объединение. В этом же году генеральный директор Центра развития туризма Республики Татарстан Дильбар Садыкова заявила о планировании создания регионального турпродукта в сфере промышленного туризма. В качестве объектов для посещения рассматриваются: промышленный гигант Татарстана: КАМАЗ, завод по производству бытовой техники Haier и Камского индустриального парка «Мастер». Целевой аудиторией для создаваемого турпродукта власти видят студенческие группы и бизнес-сообщество. [64] Благодаря развитию промышленного туризма Татарстан сможет сгладить проблему сезонности в ежегодном распределении турпотока в республику.

Большой интерес к проблеме экономики промышленного туризма на протяжении 8 лет проявляет исследователь ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет» Кадыров Рамиль Васильевич. За годы работы над данным вопросом им было написано более 7 научных статей на темы, связанные, как с теоретическими аспектами развития промышленного туризма, так и с анализом туристского потенциала предприятий Республики Татарстан.

В настоящий момент в республике осуществляет деятельность 101 туроператорская компания, среди них организацией промышленного туризма занимаются лишь немногие, например, Ниагара-тур, Туристическое агентство Фортуна, Камский центр туризма. Анализ сайтов сайтов данных компаний показал, что предложение в области промышленного туризма ограничивается, в основном, однодневными экскурсиями на одно действующее производство, и нацелено на школьные группы. Большинство из этих компаний организуют посещение предприятия КАМАЗ в Набережных Челнах. Стоимость двухчасовой экскурсии на одного человека составляет от 400 до 600 рубелей. На сайтах представленных компаний отсутствуют специализированные разделы для поиска предложений промышленного туризма. Услуги по организации промышленного туризма на заводы КАМАЗ, осуществляются через фирмы-партнеры предприятия: Алиан, Татана – ТУР, Фортуна, Чемодан, Каникулы-тур, однако не на всех сайтах данных туристских предприятий можно найти информацию о промышленных турах. [1]

Таблица 2

Сравнительный анализ предложений на рынке промышленного туризма Татарстана [составлена автором]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Название туристкой организации | Краткое описание предложения | Длительность | Доп.  услуги | Стоимость | Готовность к сотрудничеству |
| Камский центр туризма [65] | Экскурсия на два цеха на выбор предприятия КАМАЗ из Набережных Челнов | 3 часа | Обед в кафе города 300-350 руб. | oт 400руб. | Заявку на бронирование необходимо оформить за 14 дней до желаемой даты, моно оформить онлайн, понятный интерфейс сайта |
| Ниагара- тур [66]  Продолжение Таблицы 2. Сравнительный анализ предложений на рынке промышленного туризма Татарстана | Экскурсии на производства: шуб - Мелита, КАМАЗ, завод по производству насосного оборудования в Альметьевске, ЖБИ-3, Татспиртпром, а также заводы соседних республик | Однодневные, ориентированы на школьные | Отсутствует информация | Недостаток информации, КАМАЗ от 600 руб. | Ориентация на школьные группы, недостаточность информации на сайте, |
| Туристическое агентство Фортуна [67] | Экскурсия на предприятие КАМАЗ из Набережных Челнов | 1,5 часа | Устаревшая информация на сайте | 600 руб | Официальный партнер КАМАЗА по организации экскурсии на предприятии, быстрый ответ на вопрос, заданный в чате на сайте |

Такой вид деятельности, как промышленный туризм предприятия Татарстана открыли для себя в 2016 году. Первопроходцем стало предприятие КАМАЗ, которое с момента запуска программы промышленного туризма посетило более 2 тысяч человек из разных стран. А в 2019 году завод победил в номинации «Маршрут промышленного туризма» на региональном конкурсе «Лидер туризма». Руководство музея производства КАМАЗа отмечает, что туристы посещают промышленные экскурсии как целенаправленно, так и в совмещении с поездкой в историко-культурный центр Елабугу. [68]

Несмотря на ориентацию экономики Республики Татарстан на промышленное производство, экскурсии для широких масс туристов в настоящее время доступны лишь на ограниченное число предприятий. Среди них можно выделить:

* КАМАЗ, Набережные Челны - крупнейший производитель тяжелых грузовых автомобилей России, более 45% рынка принадлежит этой компании. За время работы с 1976 года было выпущено более 2 миллионов грузовых автомобилей и около 2.8 миллионов двигателей. Для посещения доступны Автомобильный завод, Завод двигателей, Прессово-рамный завод, где можно увидеть роботизированный процесс сварки, а также эффектный Литейный цех.
* Пивоваренный завод «Белый кремль», Чистополь – современный завод по производству пива, открытый в августе 2018 года. В экскурсии представлены все этапы производства пива: отделение водоподготовки, бродильное отделение, варочный цех, цех розлива. А в музее-магазине посетителям расскажут 150-летнюю историю татарского пивоварения. Для посетителей старше 18 лет предусмотрена дегустация.
* «Мелита», Казань - бывший Казанский меховой комбинат, работающий с 1928 года и сделавший Казань меховой столицей тех времён. Для знакомства с богатой историей производства предприятие приглашает туристов в Музей казанской меховой фабрики.
* Кукморский валяльно-войлочный комбинат, Кукмор – старейшее предприятие города, более 150 лет занимающееся производством валяной и войлочной обуви.
* Кукморский завод металлопосуды, Кукмор – с 1930 года производитель литой алюминиевой посуды, посуды с антипригарным покрытием, товаров для туризма и отдыха

Наряду с другими российскими регионами, с 2016 года в последнюю неделю апреля в Татарстане для школьников и студентов проводится профориентационная акция «Неделя без турникетов». Целью проекта является информирование о деятельности ведущих российских предприятий и популяризация инженерных профессий и специальностей, которые востребованы на промышленном производстве. В 2016 году смогли открыть свои двери для посетителей только 5 предприятий, в 2017 – 8, в 2018 - 24, а в 2019 уже более 30 промышленных объектов. Растет и количество экскурсантов, к примеру, завод по производству насосов для добычи нефти Алнас в Алметьевске в 2019 году посетили 500 человек, что на 60% больше итогов предыдущего года.[52] Это свидетельствует о росте интереса к промышленному туризму, как среди региональных властей и населения, так и среди промышленных предприятий.

Однако можно вывить интерес к промышленному туризму среди различных групп населения. В ходе маркетингового исследования, проведенного среди 50 жителей Казани в возрасте от 15 до 65 лет в форме анкетирования в 2018 году исследователями ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет» Кадыровом Р.В и Мударисовым Р. Г. для выявления перспектив промышленных туров и существующего спроса на данный вид туризма, были получены следующие результаты.

Рисунок 11- Возраст респондентов [составлен автором на основании источника 14]

1. Подавляющее большинство опрошенных (80%) заинтересовано в посещении промышленных объектов, еще 15% посетили бы определенные типы промышленных предприятий. Это указывает на высокий существующий спрос на промышленный туризм.
2. Наибольший интерес для респондентов представляют предприятия машиностроения, особенно автомобилестроительные заводы, объекты пищевой и легкой промышленности и предприятия, имеющие богатую историю и использующие инновации, а также новые технологии в процессе производственной деятельности. Привлекательность визитов на предприятие пищевой промышленности возрастает с появлением возможности продегустировать продукцию.

В результате исследования, которое провели тульские ученые, в 2018 году было выявлено отношение граждан нашей страны к промышленному туризму. Так, 27% респондентов нашли посещения промышленных предприятий интересными для себя, 26% - важными для личного будущего, 16% - скучными, 9%- однообразными, и 22% -необходимыми для увеличения собственной значимости в глазах окружающих. В тоже время, в результате исследования было выявлено отсутствие у некоторой части респондентов понимания сущности промышленного туризма. Такие данные говорят о необходимости популяризации данного вида туризма, как на региональном, так и на федеральном уровнях. [69]

## 3.2 Барьеры и вызовы в развитии промышленного туризма

Несмотря на наличие развитого промышленного сектора в республике и предпосылок для развития промышленного туризма в Татарстане, в текущий момент существует целый спектр проблем, требующих комплексных усилий со стороны региональных, муниципальных, промышленных предприятий. Многие проблемы сопряжены с новизной и слабой изученностью данного вида туризма, как для Татарстана, так и для России, в целом.

Так в основном программно- плановом документе республики по туризму: Стратегии развития сферы туризма в Республике Татарстан на 2016 - 2021 годы и на период до 2030 года, целью которого является сделать Татарстан лидером по основным показателям туристской сферы в России, отсутствует упоминание понятия «промышленный туризм». Одной из причин можно считать новизну формирования данного понятия в российской правовой базе, так ГОСТ по организации промышленного туризма был издан только в 2016 году. Вторая из возможных причин заключается в новизне данного вида туризма для Республики Татарстан. По данным информационно-телекоммуникационной сети Интернет, о важности развития промышленного туризма на территории Татарстана заговорили только в 2016 году, а на республиканском и муниципальных уровнях лишь в 2019 году. В Государственном комитете по туризму отсутствует должность специалиста по развитию промышленного туризма в регионе.

Другая проблема, прямо вытекающая из неосведомленности и малой заинтересованности органов государственной власти, состоит в малом количестве информации о промышленном туризме в Татарстане, об объектах, доступных для посещения. На сайте комплексной программы развития Татарстана как туристкой дестинации Visit Tatarstan, выполняющей функции информационной поддержки туристов, маркетингового продвижения туристкой сферы республики на B2B и B2C рынках отсутствует раздел, посвященный дестинациям для промышленного туризма. Информация о промышленных объектах прошлого и настоящего содержится только в специализированных путеводителях по моногородам республики.[70] Этого недостаточно для продвижения промышленного туризма как самостоятельного вида туризма.

Негативно сказывается на развитии промышленного туризма, целевой аудиторией для которого власти республики видят школьные и студенческие группы, является отсутствие региональной программы поддержки детско-юношеского туризма.

Пространственные проблемы. Организации комплексных промышленных туров препятствует и территориальная удаленность крупных промышленных городов Татарстана друг от друга и от столицы республики. Так, расстояние от Казани до второго города республики: Набережных Челнов составляет 250 километров. Такое же расстояние отделяет Казань от Альметьевска, центра химической промышленности региона. Естественным путем возникла пространственная разобщенность республики: крупными реками: Волга, Кама, Вятка, территория Республики Татарстан разделена на три плохо сообщающихся части. Казань с западными районами республики соединяет лишь один автомобильный Займищенский мост и один железнодорожный мост через Волгу. Между северо-западными и северо-восточными районами республики транспортное сообщение через Вятку осуществляется через Мамадышский автомобильный мост через Вятку. С восточной частью республики Казань соединяют два транспортных перехода через Каму: совмещенный авто и жд. мост на Нижнекамской ГЭС у Набережных Челнов и Алексеевский переход возле одноименного районного центра протяженностью почти 14 км. Алексеевский переход был построен в 2016 году и частично решил проблему территориальной разобщенности частей региона. Около 10% территории Татарстана занимают акватории крупных судоходных рек, что создает возможность для организации перевозки туристам по водным артериям республики. Однако организация пассажирских перевозок по рекам также имеет ряд проблем, среди которых перепады уровня воды и частичное обмеление Волги из-за экологической обстановки, изношенность судоходного состава, рост цен на топливо, нестабильный спрос.

Недостаточно развита и железнодорожная сеть региона, так, до сих пор не имеют прямого железнодорожного сообщения, два крупнейших промышленных центра республики: Казань и Набережные Челны. В 2016-2018 годы обсуждался проект строительства высокоскоростной магистрали от Москвы до Казани и далее до Набережных Челнов, которая я бы значительно увеличить доступность региона для жителей Центрального ФО и в первую очередь, Москвы, сократив время на дорогу из Москвы до Татарстана с 12 до 3.5 часов. Но данный проект не получил одобрение федеральных властей, так как требовал много миллиардных вложений бюджета и имел неявную экономическую обоснованность.

Воздушный транспорт представлен в Татарстане тремя аэропортами с регулярными рейсами: международные аэропорты федерального значения: Казань имени Габдуллы Тукая, названный в честь татарского народного поэта, "Бегишево" в Нижнекамске и региональным аэропортом Бугульма. Однако менее 20% туристов используют данный вид транспорта, сказывается удаленность аэропорта Казани от центра города на 25 километров, высокие цены на перелеты, малое количество российских и международных low-cost перевозчиков, осуществляющих полеты в Татарстан. В настоящее время рейсы в Казань осуществляют более 30 авиакомпаний, среди которых только трое осуществляют бюджетные перевозки: российская компания Победа, Flydubai из ОАЭ, азербайджанский лоукостер Buta airways. [71]

Одним из основополагающих препятствий к развитию промышленного туризма в регионе является неготовность и нежелание промышленных предприятий к допуску туристов на производство. Это связано, во-первых, в непонимании как прямых, так и репутационных выгод для предприятия, недостаточном количестве информации об организации промышленных экскурсий ввиду новизны данного вида туризма как для Татарстана, так и для России. Во-вторых, в отсутствии специализированных кадров, которые бы смогли спроектировать интересный, безопасный маршрут по производственным помещениям для экскурсантов различных возрастных групп. В-третьих, некоторые производства Татарстана опасаются открывать свои двери для туристов, так как боятся похищения коммерческой тайны. Например, более 30 заводов республики входят в Военно-промышленный комплекс и имеют ряд ограничений для допуска широкого круга посетителей. Хотя при многих предприятиях расположены музеи, которые можно включить в Руководители некоторых промышленных объектов опасаются снижения производительности труда, недовольства сотрудников и туристов. Эти причины напрямую связаны с отсутствием комплексной работы со стороны Государственного комитета по туризму Республики и органов муниципального управления для разъяснений преимуществ и особенностей организации данного вида туризма.

К вызовам при организации промышленного туризма в Татарстане можно отнести ненадлежащее состояние производственного оборудования, неправильную организацию труда, устаревшее оборудование на некоторых предприятиях. К примеру, доля затрат на инновации в отрасли легкой промышленности Татарстана с 2012 года пошла на спад. Ведь туристы не только изучают, но и оценивают деятельность предприятия. И для достижения позитивных эффектов в продвижении продукции, повышении лояльности потребителей бренда, рекрутировании потенциальных сотрудников, процесс производства должен полностью соответствовать требованиям санитарно-эпидмеологических норм, экологических норм, норм трудового законодательства, государственных стандартов в области производственных процессов, также важно, чтобы в коллективе сотрудников предприятия был сформирован благоприятный социально-психологический климат. В обратном случае, промышленный туризм не принесет компании выгод, а нанесет ущерб репутации и подорвет кредит доверия клиентов и может привести к снижению уровня приобретения производимой продукции. Для предприятий, деятельность которых напрямую не связана с производством товаров народного потребления (например, нефтехимическая отрасль), ненадлежащее состояние производственных процессов может не привести к явному снижению прибыли, но может негативно повлиять на уровень инвестиционной привлекательности предприятия, а также изменению отношения со стороны стейкхолдеров (заинтересовнная сторона) региона.

Угрозу становлению промышленного туризма в Татрстане составляют и крупные проекты по развитию промышленного туризма среди регионов-соседей республики. К примеру, в 2019 году власти Удмуртии разработали проект создания туристско-рекреационного кластера «Удмуртия ЗАВОДит», основу которого составляют промышленные предприятия республики. На реализацию проекта планируется потратить свыше 6 млрд. рублей, более 4 из которых деньги инвесторов. В рамках данного проекта будет построены объекты инфраструктуры и созданы различные виды промышленных маршрутов, ориентированных как на жителей республики, так и на туристов из соседних регионов (в число которых входит Татарстан) и столицы. В 2020 году в Башкортостане был подписан ряд соглашений с целью формирования промышленного туризма, в том числе и с Индустриальным парком «Промцентр» в Уфе, резидентам которых является несколько десятков предприятий и «Технопарком авиационных технологий». Работу над организацией промышленного туризма ведут и власти Самарской, Ульяновской, Оренбургской области. Уделяя недостаточно внимания формированию и финансированию промышленного туризма в Татарстане, власти республики могут упустить инициативу создания конкурентоспособных туристских маршрутов и развития одного из самых перспективных направлений туристкой индустрии в наше время.

Для более четкой оценки текущего состояния промышленного туризма в Республике Татарстана автором работы была проведен SWOT-анализ, результаты которого представлены в Таблице 3 ниже.

Таблица 3

SWOT-анализ промышленного туризма в Татарстане [составлена автором]

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| * Не требует существенных затрат со стороны организации * Большое количество промышленных объектов * Богатая история промышленного производства * Интерес со стороны жителей республики к промышленному туризму * Удовлетворяет познавательные, образовательные, деловые интересы экскурсанта * Увеличение туристской активности в регионе * Наличие предприятий, развивающих промышленный туризм * Новое, конкурентоспособное направление в туризме | * Неготовность и нежелание руководства промышленного предприятия к созданию экскурсии на предприятии * Отсутствие специализированных, подготовленных кадров * Отсутствие маркетинговых мероприятий по развитию промышленного туризма в Республике Татарстан * Недостаточная информационная и финансовая поддержка со стороны федеральной и региональной власти * Слабая изученность рынка потенциальных потребителей * Около 30 закрытых режимных предприятий ВПК * Немассовость данного вида туризма * График работы предприятий в будние дни |
| Возможности | Угрозы |
| * Новый вид туризма для России и региона * Повышение инвестиционной привлекательности региона * Повышение имиджа региона * Повышение лояльности потребителя продукции компании * Средство для диверсификации туристского рынка региона * Источник дополнительного дохода для промышленного предприятия, а также для туристкой сферы региона   Продолжение Таблицы 3. SWOT-анализ промышленного туризма в Татарстане | * Опасность разглашения коммерческой тайны * Высокий уровень конкуренции со стороны более устоявшихся для региона видов туризма * Возможность сбоя производственного цикла предприятия * Психологический дискомфорт работников предприятия при неправильной организации экскурсии * Вопросы обеспечения безопасности посетителей * Развитие данного вида туризма в регионах-соседях Татарстана |

Чтобы развить промышленный туризм в Республике Татарстан необходимо слаженная работа государственных органов и бизнес структур, так как в настоящий момент, несмотря на наличие потенциала, данный вид туризма на территории республики находится в зачаточном состоянии. В качестве мер по развитию и продвижению промышленного туризма в Татарстане, автор данной работы предлагает следующее.

1. Создание в Государственном комитете по туризму должности специалиста по развитию промышленного туризма, в обязанности которого бы входило коммуникация с промышленными компаниями и информирование о преимуществах и возможностях организации промышленных экскурсий, налаживание связей с туристскими предприятиями региона, создание маршрутов для школьников.
2. Создание республиканской программы по поддержке школьного и студенческого промышленного туризма, как например, во Владимирской области в 2015-2016 годы. В результате реализации проекта «Живи, учись и работай во Владимирской области» удалось создать пространство промышленного туризма в регионе, которое объединило 77 предприятий и 349 учреждений области.[72] Эксперты в области промышленного туризма считают, что также необходима федеральная программа школьно-образовательного промышленного туризма.
3. Проведение маркетингового исследования АНО «Центр развития туризма Республики Татарстан» среди посетителей и жителей Татарстана для выявления существующих потребностей и интереса к промышленному туризму для более построения более грамотной маркетинговой стратегии региона.
4. Посещение промышленных предприятий на базе учебных практик среди студентов образовательных программ Туризм, Организация экскурсионных услуг для знакомства будущих профессионалов индустрии с особенностями, видами и процессом организации промышленных экскурсий.
5. Проведение образовательных семинаров, курсов на базе профессиональных образовательных учреждений для подготовки квалифицированных кадров (экскурсоводов, методистов).
6. Создание рекламных республиканских туров для представителей российских туроператоров, а так же для блогеров и влогеров в сфере туризма, например, Антона Птушкина, Константна Гришина. Для молодежной аудитории хороший отзыв инфлюэнсера значительно повышает интерес к дестинации.
7. Финансовая (налоговые льготы), а также информационная поддержка туроператоров, запускающих на рынок новый продукт промышленного туризма. Субсидирование организации туров для школьных групп, туров для детей с ограниченными возможностями.
8. Проведение презентаций и конференции по промышленному туризму в рамках туристических форумов, к примеру, на площадках Всероссийского Молодежного туристического форума в Казани, Kazan Tourism Forum, создание и анонсирование специальных секций по промышленному туризму.
9. Разработка республиканской интерактивной карты с отображением существующих промышленных туров и экскурсии
10. Разработка проекта фестиваля промышленного туризма в республике с опорой на предприятия, уже вовлеченные в промышленный туризм. Для привлечения туристов в первый раз следует включить в фестиваль как можно больше предприятий пищевой промышленности. Для сглаживания сезонности и пространственной диспропорции в распределении турпотока в качестве даты рекомендуется выбрать межсезонье, возможно, с ориентаций на школьные и студенческие каникулы, а центром фестиваля сделать не Казань, а Набережные Челны.
11. Разработка инструкций, пошаговых программ, регламента по процессу организации промышленных инструкций, что позволит уменьшить административный барьер для предприятий, желающих развивать промышленный туризм.
12. Увеличение информации о существующих объектах промышленного туризма республики в сети Интернет. К примеру, в настоящий момент на сайте делового портала «Управление производством» представлен путеводитель по промышленному туризм, однако предприятия Татарстана отсутствуют в данном списке. Необходимо создать специализированный раздел на сайте Visit Tatarstan, на сайте Комитета по туризму республики.

## 2.3 Создание турпродукта.

В качестве одного из предполагаемых мероприятий по развитию промышленного туризма в Республике Татарстан, автор работы предлагает создание оригинального промышленного тура.

Основанием для создания тура в Татарстан данного типа послужили следующие статистические данные:

* Более 50% россиян находят промышленные экскурсии важными и интересными; [69]
* Более 80% жителей республики разных возрастов заинтересованы в посещении промышленных объектов; [14]
* 78% туристов, посетивших республику, готовы вернуться в Татарстан вновь; [61]
* Более 40% туристов приехали в Татарстан с семьей; [61]
* 60% российской молодежи выбирают бюджетные путешествия по своей стране. Основными мотивами к путешествию выступают: познавательный и коммуникационный; [73]

Промышленный тур должен включать в себя, как базовые элементы: средства размещения, транспортное обслуживание, так и специфические объекты для экскурсии и показа: действующие промышленные предприятия, объекты промышленной истории и современности. Важная особенность, которую следует учитывать при создании турпродукта: это график работы промышленных предприятий, в основном, в будние дни.

**1. Проект.**

Цель: создать новый, уникальный турпродукт по промышленному туризму. В процессе создания тура преследовались цель сделать его удовлетворяющим познавательные и профориентационные цели потенциальных туристов.

Задачи турпродукта:

1. Более равномерное распределение турпотока между городами Татарстана
2. Создание нового бренда Татарстана как «центра промышленного туризма»
3. Сглаживание сезонности в распределении турпотока в Татарстане
4. Привлечение внимания общественности к новому в России виду туризма

Потенциальный потребитель турпродукта: студенты высших профессиональных и средних профессиональных учреждений, преимущественно технической направленности; органы ВУЗов, организующие учебную практику для студентов географической, социально-экономической, политической направленности. В качестве дополнительной целевой аудитории можно рассматривать семейных людей 35-45 лет с детьми старше 14 лет и средним уровнем дохода, путешествующих пенсионеров и широкий круг людей, любящих узнавать и изучать родную страну.

Также представленный турпродукт можно незатруднительно преобразовать в тур для школьных групп старше 14 лет (возраст допуска на экскурсию на производство КАМАЗ) с незначительными изменениями в порядке проведения экскурсий и (или) сокращении продолжительности тура до 5 дней/4ночей.

Название турпродукта – Татарстан: от традиций КАМАЗА до инноваций Казани. Данное название символизирует специфику тура, совмещающего в себе посещение производства КАМАЗ, ставшего уже одним из символов не только республики, но и всего российского машиностроения, но в то же время активно внедряющего инновации, и города-пригорода Казани: Иннополиса, города технологий.

Идея турпродукта. Показать Татарстан с новой для туристов стороны, познакомить туристом с новым форматом экскурсий «без отрыва от производства». Проект нацелен на жителей других регионов России.

**2. Описание турпродукта.**

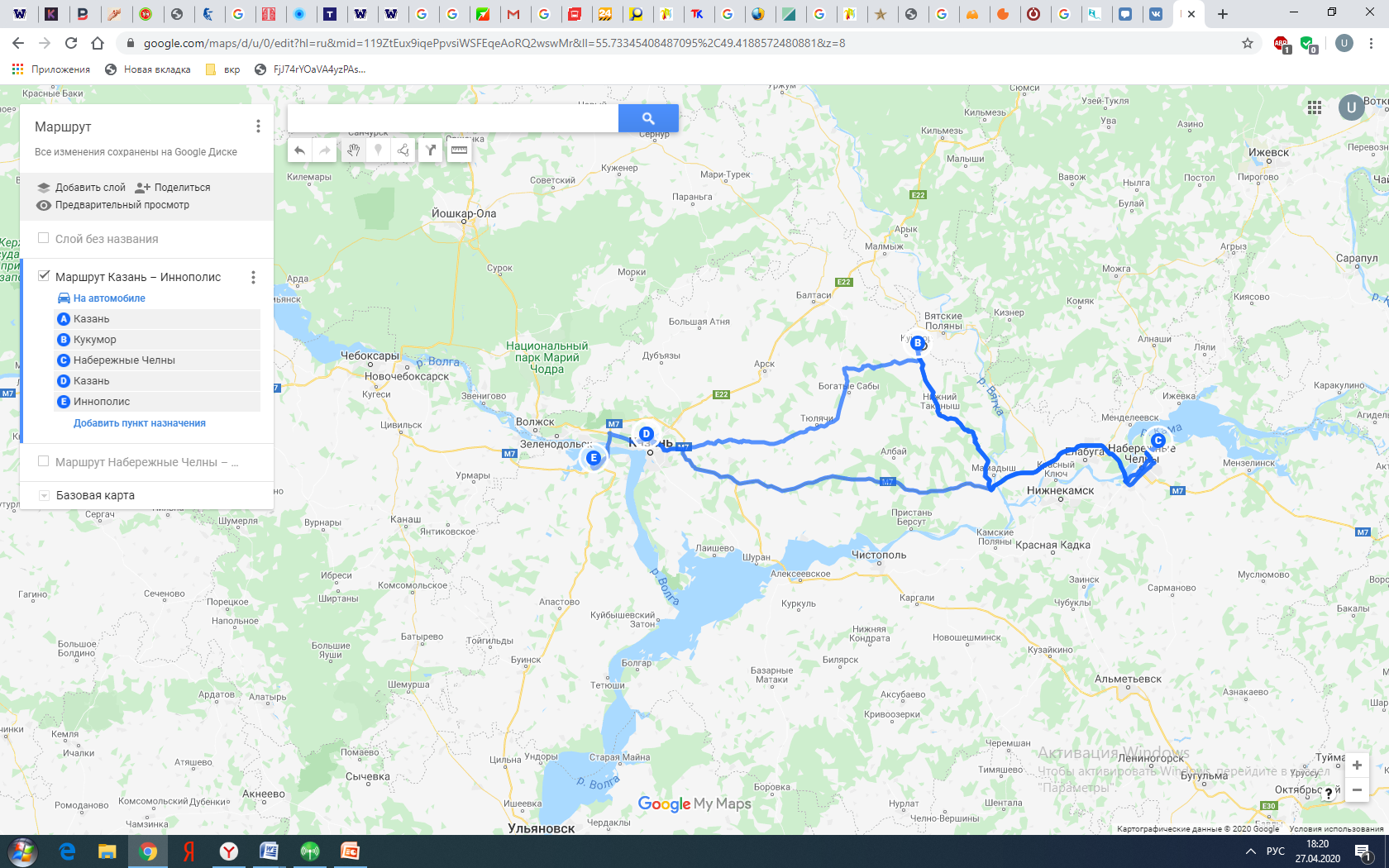
. 

Рисунок 12 - Карта с маршрутом тура [составлено автором]

День 1. Прибытие в Казань. Встреча. Экскурсия по фото-местам Казани. Свободное время в городе. Ночь в отеле.

День 2. Завтрак в отеле. Переезд до Кукумора. Экскурсия на Ваяльно-войлочный комбинат, Завод по производству металлической посуды, переезд до Набережных Челнов. Ночь в отеле.

День 3. Завтрак в отеле. Экскурсия на Завод-Гигант КАМАЗ, знакомство с историей и современным производством в 2 цехах. Обзорная экскурсия по Набережным Челнам. Переезд в Казань. Ночь в отеле.

День 4. Завтрак в отеле. Экскурсия на элитную сыроварню Milkraft с дегустацией. Свободное время или, по желанию, экскурсия в музей химии Казанского университета или интерактивное занятие по производству ароматов. Вечером, по желанию, экскурсия в магазин-музей пивоварения «Белый Кремль». Ночь в отеле.

День 5. Завтрак в отеле. Экскурсия в Иннополис. Свободное время. Ночь в отеле.

День 6. Завтрак в отель. Отъезд из Казани.

Подробная технологическая карта тура представлена в Приложении 1.

Протяженность маршрута: 685 км

Продолжительность путешествия (суток): 6 дней/5 ночей

Число туристов в группе (рекомендуемое): 20 человек + 1 гид-сопровождающий

Стоимость (ориентировочная): от 12 000 руб. (12 340 руб.)

Таблица 4

Описание турпродукта [составлена автором]

|  |  |
| --- | --- |
| Вид туризма | Экскурсионный |
| Страна | Россия |
| Регион | Республика Татарстан |
| Объекты по программе | Центр Казани, Кукморский валяльно-войлочный комбинат, Кукморский завод посуды, завод КАМАЗ, Набережные Челны, Иннополис, сыроварня MIlkraft |
| Проживание и условия размещения | Отель «Волга 2\*\*» двухместные номера 3 категории (эконом), отель «Вояж двухместные номера категории стандарт |
| Питание | 5 завтраков на базе средств размещения: «Волга 2\*\*» - шведский стол, «Вояж» - континентальный завтрак |
| Протяженность маршрута | 685 км |
| Количество туристов в группе | 20 человек |
| Тип транспорта | Автобус |
| Количество экскурсий по программе | 7 (фото-прогулка по Казани, Кукморский валяльно-войлочный комбинат, Кукморский завод посуды, завод КАМАЗ, прогулка по Набережным Челнам, Иннополис, сыроварня MIlkraft) |
| Количество экскурсий, возможных за дополнительную плату  Продолжение Таблицы 4. Описание турпродукта. | 3 (экскурсия в музей Казанского университета, интерактивное занятие в музее, экскурсия в магазин-музей пивоварения «Белый Кремль») |
| Продолжительность тура | 6 дней/5 ночей |

В стоимость входит:

* Проживание в двухместных номерах категории стандарт
* Проезд на комфортабельном автобусе
* Питание по программе: 5 завтраков в отелях
* Сопровождение экскурсоводом на протяжении 5 дней
* Встреча у жд. вокзала города Казань
* Экскурсионное обслуживание по программе
* Входные билеты по программе

В стоимость не входит:

* Билеты на поезд/самолет до Казани
* Трансфер из аэропорта «Каzan»
* Дополнительные экскурсии, интерактивные программы
* Медицинская страховка
* Питание: обеды и ужины

Подробная программа тура и маршрут представлены в таблице ниже.

Таблица 5

Программа промышленного тура «Татарстан: от традиций КАМАЗА до инноваций Казани» [составлена автором]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № дня | Продолжительность | Маршрут | Описание дня |
| 1 | 3 часа | Казань, центр Казани | Прибытие в Казань. Встреча с сопровождающим компании у жд. вокзала. Заселение в гостиницу «Волга» 2\*\*. Обед в кафе города.( за доп. плату) Пешеходная Фото -экскурсия по центру Казани . Ночь в отеле. |
| 2 | 11 часов | Казань – Кукмор (150км) – Набережные Челны (163 км) | Завтрак «шведский стол» в отеле. Выезд в Кукмор, краткая путевая экскурсия. Обед в кафе города (за доп. плату 350 руб.)Экскурсия на Кукморский валяльно-войлочный комбинат, Кукморскую фабрику металлической посуды. Отправление в Набережные Челны. Ночь в гостинице «Вояж».  Продолжение Таблицы 5. Программа промышленного тура «Татарстан: технологии и традиции» |
| 3 | 10 -11 часов | Набережные Челны – Казань (трасса Е22, 241 км) | Завтрак в гостинце (континентальный). Экскурсия на Завод-Гигант КАМАЗ, знакомство с историей и современным производством в 2 цехах. Обед в кафе города. Обзорная экскурсия по Набержным Челнам. Переезд в Казань. Ночь в отеле «Волга 2\*\*».  Продолжение Таблицы 5. Программа промышленного тура «Татарстан: от традиций КАМАЗА до инноваций Казани» |
| 4 | 3 часа | Казань | Завтрак в отеле. Экскурсия в элитную сыроварню Milkraft (дегустация за доп. плату). Свободное время или, по желанию, Интерактивное музейное занятие «Химия ароматов» и (или) экскурсия в Музей Казанской химической школы |
| 5 | 3 часа | Казань – Иннополис (трасса Е22/М7, 40 км) | Завтрак в отеле. Экскурсия в город технологий Иннополис. Свободное время в Казани, или, по желанию, экскурсия в магазин-музей пива «Белый Кремль» с дегустацией |
| 6 | --- | Казань | Завтрак в отеле. Выселение из отеля. Отъезд из города. |

Таблица 6

Объекты посещения в рамках тура [составлена автором]

|  |  |
| --- | --- |
| Название | Описание |
| Предприятие КАМАЗ | Крупнейший в России производитель тяжелых грузовых автомобилей, известный далеко за пределами нашей страны. Промышленный бренд не только Татарстана, но и нашей страны. На современных заводах тесно сплелась богатая полувековая история и современные технологии автопрома. |
| Кукморский валяльно-войлочный комбинат | Именно здесь изготавливают самую знаменитую, воспетую в песнях русскую обувь «Валенки». История завода и традиционной русской обуви. |
| Кукморский завод металлопосуды | Знакомство с производством современной посуды, которую можно встретить на кухнях всего мира. |
| Иннополис | Первый инновационный русский город, который живет технологиями |
| Элитная сыроварня Milkraft | Первая частная сыроварня, построенная в 2014 году в Республике Татарстан. Здесь изготавливают сыры малой выдержки: чеддер, гауда, асьяго, а также рассказывают о современном российком сыроварении. |
| Достопримечательности в рамках пешеходных экскурсий по Казани и Набережным Челнам. | Казань: улица Баумана, Богоявленский собор, Казанский Кремль, мечеть Кул-Шариф  Набережные Челны: памятник Владимиру Высоцкому, бульвар Энтузиастов, мечеть Тауба |

Таблица 7

Дополнительные услуги и экскурсии [составлена автором]

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название | Описание | Стоимость | Номер дня |
| Доплата за одноместное размещение | Одноместное проживание в номере категории стандарт | 3 700 руб. | 0 |
| Встреча и трансфер в международном аэропорте Казани | Встреча с табличкой названия тура, трансфер на комфортабельном автомобиле | 900 руб. | 1, 6 |
| Интерактивное музейное занятие «Химия ароматов» в Музее Казанской химической школы | На занятии вы познакомитесь с природой ароматов, узнаете источники их появления. И самостоятельно изготовите духи или ароматическое масло | Школьники –100 руб.  Взрослые -150 руб. | 4 |
| Экскурсия в Музей казанский химической школы | Опытные экскурсоводы расскажут вам про становление промышленности Татарстана на экскурсии «Роль ученых Казанского университета в создании и развитии промышленности в Казани (по желанию группы можно заменить)  Продолжение Таблицы 7. Дополнительные услуги и экскурсии | Школьники – 80 руб.  Взрослые – 150 руб . | 4 |
| Экскурсия в музей-магазин казанского пивоварения «Белый Кремль» с дегустацией  Продолжение Таблицы 5. Программа промышленного тура «Татарстан: технологии и традиции» | На экскурсии вы узнаете историю местного пивоварения и узнает, как оно связано с Баварией | Дегустация от 18 лет, 250 руб. | 5 |

В соответствии с требованиями государственного стандарта 50681-2010. «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг» для нового турпродукта разработана необходимая документация: технологическая карта туристского путешествия (Приложение 1), информационный лист (Приложение 2) и паспорт трассы туристского похода (Приложение 3). [74]

**3. Экономическое обоснование турпродукта**

Для экономического обоснования рентабельности данного турпродукта были произведены следующие расчеты. Подробные таблицы с индивидуальными и групповыми расходами в Приложении 4 и 5.

Итого на группу индивидуальных расходов: 132 850 руб.

Итого на группу групповых расходов: 64 600 руб.

* Всего: 197 450 руб.

Для прибыли организации и выплаты агентских комиссионных закладывается 25% .

* Итого стоимость на группу: 197 450 \* 1.25 = 246 812 руб.
* Итого на человека: 12 340 руб.

Выручка организации за сезон: планируется реализовывать 1 группу в месяц на протяжении 8 месяцев в год, за исключением января, декабря, июля, августа.

Итого сезонная выручка: 246 812 \*8= 1 974 496 руб.

Маржинальность турпродукта состоит из суммы переменных и постоянных затрат.

* Переменные затраты состоят из затрат на экскурсии на промышленные объекты, услуг размещения, затраты на транспортное обслуживание\* = 132 000 руб.
* Постоянные затраты состоят из затрат на работу гида-сопровождающего, на проживание гида, на транспорт, на рекламу = 65 450 руб.

Также при наборе небольшой группы возможно замена автобуса на более бюджетный микроавтобус, что позволит снизить данные условные постоянные затраты. А при наборе бóльшей группы возможно увеличение объема автобуса, что повлечет за собой незначительный рост постоянных издержек при увеличении переменных и , соответственно, снижение порога рнтабельности.

Маржинальность турпродукта составляет: 197 450 руб.

Валовая маржа = разность между выручкой и суммой переменных затрат за сезон.

Сумма пер. затрат на сезон= 1 056 000 руб.

Валовая маржа= 1 974 496 – 1 056 000 = 918 494

Далее необходимо определить удельный вес валовой маржи.

Вал маржа/сезон выручка= 918 494 /1 974 496 =0,46

Порог рентабельности = отношение постоянных затрат к удельному весу

Сумма постоянных затрат за сезон= 65 450 \*8= 523 600 руб.

Порог рентабельности=523 600 /0.46 = 1 138 260 – минимальная выручка для покрытия расходов

* Порог рентабельности: 1 138 260 / 246 812 (стоимость за группу) = 4,6

Нужно отправить не менее 5 групп за сезон

Чистая выручка: сезонная выручка – сумма всех затрат = 1 974 496 -(197 450 \*8)= 1 974 496 – 1 579 600 руб. =394 896 руб.

* Точка безубыточности = Пост расход/(цена – переменные расходы на одну единицу продукции)

65 450 /(12 340 -6 600)= 11,4 =12 человек.

На основании расчетов, приведенных выше, можно сделать выводы, что создание данного турпродукта экономически обосновано.

**4. Мероприятия по продвижению турпродукта.**

Сбыт созданного турпродукта планируется осуществлять через:

* Прямые продажи в клиентском офисе компании-туроператора
* Сайт туроператора при помощи системы онлайн оплаты
* Продажи через надежные туристские агентства в России
* Необычные каналы сбыта, например, через Профсоюзные организации ВУЗов и СУЗов, организаторам студенческих учебных практик

В качестве малозатратных мероприятий по продвижению турпродукта могут выступать:

* Создание и рассылка на почту постоянным клиентам компании предложения о новом туре;
* Обзвон потенциальных клиентов: Профсоюзные организации вузов, сузов, занимающиеся организацией путешествий, постоянные клиенты компании, благодаря использованию CRM- систем можно выбрать клиентов, предпочтения и интересы которых пересекаются с идей турпродукта;
* Продвижение на сайте компании (создание баннеров, специальных предложений) и на официальных аккаунтах компании в социальных сетях.

Для рекламы турпродукта рекомендуется использовать возможности следующих ресуросов:

* Интернет. Использование для продвижения наиболее популярных среди российских пользователей социальных сетей: Instagram, Vkontakte. При помощи таргетированной рекламы в сторис, записях, ленте пользователей, а также ретаргета для охвата аудитории, уже взаимодействовавшей с вашей компанией. Стоимость настройки рекламы в одной из поисковых систем (предпочтительнее, Яндекс) около 20 000 руб. за первоначальную установку;
* Реклама в печатных изданиях, например, в газете Metro, которая пользуется популярностью у широких групп населения, для данной тематики подойдет реклама в каталоге «Туризм»;
* Так как данный турпродукт является инновационным для российского рынка можно привлечь внимание СМИ;
* Важно активное участие компании в различных мероприятиях, организованными государственными органами (круглых столах, конференциях). Для повышения осведомленности общественности о деятельности компании в этом новом для российского туризма направлении.

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Промышленный туризм в России находится на стадии становления, но, несмотря на новизну, он уже занял определенную нишу, так как промышленные туры, сочетающие в себе познавательные, образовательные, профориентационные характеристики, представляют интерес для различных групп населения. Опыт зарубежных государств указывает на то, что и в России этот вид туризма сможет выступить как драйвер развития многих регионов, в особенности старопромышленных.

На основе анализа различных взглядов на сущность и природу понятия «промышленный туризм» среди российских и зарубежных ученых, автором сформулировано следующее определение: промышленный туризм - это организованные посещения действующих и ретроспективных промышленных предприятий с познавательными, профессиональными, профориентационными и иными целями.

В работе сделан вывод, что на современном этапе промышленный туризм в России является новым и перспективным направлением.

В результате рассмотрения социально-экономических условий Республики Татарстан выявлены факторы для развития промышленного туризма, среди которых - большая численность населения, наличие трудовых ресурсов, развитая система подготовки кадров для туризма, высокий уровень урбанизации, высокотехнологичное промышленное производство, особенностью которого является тенденция к росту объема выпускаемой продукции и использование новейших технологий. Важнейшими факторами для развития промышленного туризма в республике являются:

* богатая история  промышленности,
* активное внедрение инноваций  в производственные процессы

Это позволяет говорить о том, что Татарстан обладает мощным промышленным комплексом, и в совокупности с высоким уровнем туристкой инфраструктуры имеет значительные предпосылки для формирования и развития промышленного туризма.

Результатом выпускной квалификационной работы является  разработка рекомендаций по развитию промышленного туризма в регионе. На основе изучения современного состояния рынка промышленного туризма в республике, в качестве основополагающей проблемы выявлена слабая  информированность о новом виде туризма - как среди промышленных предприятий, так и государственных органов управления туризмом республики. Для того чтобы промышленный туризм прочно занял свое место в структуре туристского предложения республики, необходимо своевременное проведение маркетинговых мероприятий по продвижению промышленного туризма, обеспечение тесного взаимодействия между властными структурами, промышленными предприятиями и туристкой индустрией.

В качестве одного из возможных маршрутов промышленного туризма в Татарстане, в работе предложен авторский тур продолжительностью 6 дней  по объектам промышленного туризма республики для жителей других регионов России.  В рамках тура, который можно отнести к категории бюджетных, предусмотрено посещение действующих промышленных предприятий машиностроения, пищевой и легкой промышленности, а также пешеходные экскурсии не только по Казани, но и по второму городу Татарстана - Набережные Челны. Для продвижения тура рекомендуется использовать как традиционные маркетинговые каналы, так и продвижение через студенческие профсоюзные организации.

Несмотря на наличие развитого промышленного комплекса и социально-экономических условий, промышленный туризм в Татарстане находится на начальной стадии развития. Главным образом, ввиду недостаточного внимания республиканских властей и слабой активности бизнес сообщества. Однако многие другие регионы, в том числе и соседи республики, уже обратили внимание на данный вид туризма и преимущества, которые он приносит, поэтому с существующим подходом к промышленному туризму Татарстан рискует оказаться в аутсайдерах нового направления. А ведь развитие промышленного туризма может помочь республике в решении многих задач, среди которых поддержка семи моногородов, сглаживание сезонности в распределении турпотока, распределение туристской нагрузки по районам, поддержка промышленных предприятий в кризисные времена, формирование привлекательного образа региона и России. Поэтому на сегодня в Республике Татарстан важно не упустить момент и направить усилия исследователей на разработку и реализацию программ по развитию промышленного туризма.

# Список использованной литературы

1. Oxford Learner'S Dictionaryers URL: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com [Электронный ресурс] (Дата обращения: 25.01.2020)
2. Tim Dodd, Veronique Bigotte , Perceptual Dififerences Among Visitor Groups to Wineries, Texas Tech University in Lubbock, 1997
3. Frew, Elspeth Ann (2000) Industrial Tourism: A Conceptual and Empirical Analysis. PhD thesis, Victoria University.
4. Dietrich Soyez Industrietourismus, 1986 . Erdkunde Band № 40/1986
5. Jean-René Morice, La visite d'entreprise en Europe. Un champ à explorer, 2006 Espaces tourisme & loisirs in cahier Espaces n°92
6. Alexander Otgaar Industrial Tourism: Where the Public Meets the Private. Erasmus Research Institute of Management – ER, 2010
7. Корнееева Ю.В., Чериков И.И. Теоретическая база промышленного туризма

Актуальные вопросы теории и практики развития научных исследований: сборник статей Международной научно-практической конференции (20 июня 2019 г, г. Таганрог). - Уфа: Аэтерна, 2019. – 319 c

1. Визгалов, Д. В. Маркетинг города М.: Фонд "Институт экономики города". / Д. В. Визгалов. 2008 г. – 144 с
2. Власова Н.Ю., Голубчиков О.Ю., & Курилова Е.В. (2017). Индустриальный туризм в продвижении старопромышленных регионов. Journal of new economy, (4 (72)), c 19-31.
3. Силникова О.К., Марков И. Д. Производственный туризм как фактор повышения туристской привлекательности Белгородской области Актуальные проблемы развития национальной и региональной экономики : сб. науч. тр. V междунар. науч.-практ. конф. для студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, Белгород, 24 апр. 2014 г, с 94-97
4. Аноприева Е.В., Промышленный туризм в регионах: тенденции, проблемы, перспективы, 2017 Индустрия туризма и сервиса: известность, имидж, инвестиции : сб. ст. по материалам междунар. науч.-практ. конф., Белгород, с 111-115
5. ГОСТ Р ИСО 13810-2016 «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг»
6. Кадыров Р.В., Мударисов Р.Г. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК КРЕАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 88-94;
7. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. URL: http://www.ruscorpora.ru (Дата обращения: 03.02.2020)
8. Alexander H.J. Otgaar Leo van den Berg Rachel Xiang Feng, Industrial Tourism

Opportunities for City and Enterprise, 2010, Erasmus University, Netherlands

1. Кадыров Рамиль Васильевич, Перспективы развития туризма в моногородах Республики Татарстан // Сервис в России и за рубежом. 2017. №7 (77) c 65-76
2. Ю. Н. Никулина, Региональная политика в области развития промышленного туризма: содержание и направления реализации// Креативная экономика. 2018 № 5 том 12, с 683-698
3. Пайн Д.Б., Гилмор Д.Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.
4. А. А. Косякова, Перспективы развития промышленного туризма в России// Научная мысль. 2016 №1(19) с 56-59
5. Никулина Юлия Николаевна, Трусов Сергей Владимирович Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты // Российское предпринимательство. 2017. №13
6. Что такое промышленный туризм. Промышленный труизм в Европе URL: <https://tothostel.ru/> [Электронный ресурс] (Дата обращения: 10.02.2020)
7. С.Виноградов, В сердце завода, 2018, Информационный портал фонда «Русский мир» Электронный ресурс (Дата обращения: 11.02.2020)
8. Кадыров Р. В. Предприятия полимерного производства Татарстана, как рекреационный ресурс промышленного туризма: постановка проблемы // Вестник Казанского технологического университета. 2012. №10. С 123-125
9. А. Комраков, Заводы и фабрики – туристам, 2017 Независимая газета URL: <http://www.ng.ru/> [Электронный ресурс] (Дата обращения: 25.02.2020)
10. Винный Туризм (Энотуризм) в России - Винные Туры по России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://turstat.com/winetravelrussia2016> (Дата обращения: 25.02.2020)
11. Официальный сайт Центр арктического туризма «Грумант» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.goarctica.ru/about-us> (Дата обращения: 26.02.2020)
12. Федеральное агентство по туризму. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/> (Дата обращения: 20.03.2020)
13. Промышленный туризм- наш Урал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://nashural.ru/culture/prom-tourism/> (Дата обращения: 27.02.2020)
14. Конституция Республики Татарстан от 19 апреля 2002 года
15. Портал с картами России Maps-Rf [Электронный ресурс]. URL:<https://maps-rf.ru/respublika-tatarstan/> (Дата обращения: 01.03 .2020)
16. Федеральная служба государсвенной статистики, ОЦЕНКА ЧИСЛЕННОСТИ ПОСТОЯННОГО НАСЕЛЕНИЯ на 1 января 2020 г. и в среднем за 2019г [Электронный ресурс] URL: <https://showdata.gks.ru/report/278928/>
17. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. [Электронный ресурс] URL: <https://tatstat.gks.ru/naselenie>
18. Большая российская энциклопедия. Татарстан [Электронный ресурс] URL: <https://bigenc.ru/geography/text/4183443>
19. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. Рынок труда и занятость населения. [Электронный ресурс] URL: <https://tatstat.gks.ru/labor_market>
20. Информационный портал In-kazan.ru [Электронный ресурс] URL: <https://inkazan.ru/news/society/15-08-2019/tatarstan-zanimaet-6-mesto-po-chislennosti-studentov-na-10-tysyach-naseleniya>
21. Сборник вузов России Вузотука.ру [Электронный ресурс] URL: <https://vuzoteka.ru/>(Дата обращения: 20.04.2020)
22. Государственная программа "Развитие сферы туризма и гостеприимства в Республике Татарстан на 2014 - 2022 годы" от 14 июля 2014 года
23. Итоги работы Государственного комитета Республики Татарстан по туризму за 2019 год
24. Официальный сайт Кукморского муниципального района Республики Татарстан [Электронный ресурс] URL: <https://kukmor.tatarstan.ru/> (Дата обращения: 20.04.2020)
25. Это фиаско: пять провальных проектов Госкомитета РТ по туризму Информационный портал In-kazan.ru [Электронный ресурс] URL <https://inkazan.ru/> (Дата обращения: 25.04.2020)
26. Закон Республики Татарстан "О бюджете Республики Татарстан на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов" от 21.11.2018 № 88-ЗРТ (в редакции закона РТ от 20.03.2019 № 22-ЗРТ, от 13.06.2019 № 39-ЗРТ, от 27.09.2019 № 73-ЗРТ, от 25.12.2019 № 107-ЗРТ)
27. Экономика Татарстана за 2019 год выросла на 1 %, КоммерсантЪ ru [ Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/?from=logo> (Дата обращения: 04.03.2020)
28. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. Валовой региональный продукт. [Электронный ресурс] URL: <https://tatstat.gks.ru/VRP> (Дата обращения: 09.04.2020)
29. Промышленность Татарстана: меньше машин больше топлива. Деловой центр РТ - интернет-портал TatCenter.ru [Электронный ресурс] URL: <https://tatcenter.ru/> (Дата обращения: 12.04.2020)
30. Веселова Э.Ш. Что делает Татарстан успешным регионом // ЭКО. 2015. №1 (487). с. 5-25
31. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан. Промышленное производство. [Электронный ресурс] URL: <https://tatstat.gks.ru/Industrial_production> (Дата обращения: 11.04.2020)
32. Белов С. Г., Ершова Г. Н. Нефть и нефтехимия в Татарстане: анализ исторического развития и опыта (по документам центрального государственного архива историко-политической документации республики Татарстан // Вестник Казанского технологического университета. 2011. №6. c 172-177
33. Официальный сайт Нижнекамского муниципального района Республики Татарстан, [Электронный ресурс] URL: <https://e-nkama.ru/> (Дата обращения: 11.04.2020)
34. Официальный сайт ПАО «КАМАЗ» [Электронный ресурс] URL: <https://kamaz.ru/> (Дата обращения: 01.05.2020)
35. Официальный сайт холдинга «Вертолеты России» [Электронный ресурс] URL: <https://www.russianhelicopters.aero/> (Дата обращения: 15.03.2020)
36. Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан [Электронный ресурс] URL: <https://mpt.tatarstan.ru/rus/Promislennost> (Дата обращения: 10.02.2020)
37. Официальный сайт Ассоциации инновационных регионов России [Электронный ресурс] URL: <http://www.i-regions.org/> (Дата обращения: 04.03.2020)
38. ЗАКОН РТ N 63-ЗРТ «ОБ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН» от 8 июля 2010 года
39. Стратегия социально-экономического развития Республики Татарстан до 2030 года от 29.09.2025
40. Жуликова Ольга Валентиновна, Захарова Анна Юрьевна ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КАМСКОГО ИННОВАЦИОННОГО ТЕРРИТОРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОГО КЛАСТЕРА // Социально-экономические явления и процессы. 2018. №3.c.112-121
41. Официальный сайт Иннополис [Электронный ресурс] URL: <http://www.innopolis.com/> (Дата обращения: 09.03.2020)
42. Кодолова И.А., Юсупова Л.М., Никонова Т.В. Стратегия развития инновационной деятельности предприятий в республике Татарстан // Учет и статистика. 2018. №3 (51) c 88-99
43. Официальный сайт Инвестиционно-венчурного фонда Республики Татарстан [Электронный ресурс] URL: <https://ivf.tatarstan.ru/> (Дата обращения: 05.03.2020)
44. Официальный сайт Государственного комитета Республики Татарстан по туризму [Электронный ресурс] URL: <https://tourism.tatarstan.ru/> (Дата обращения: 07.03.2020)
45. Официальны сайт АНО «Центр развития туризма Республики Татарстан» [Электронный ресурс] URL: <http://tdc-tatar.ru/for-professionals/statistics-and-analytics/> (Дата обращения: 10. 03.2020)
46. Анализ гостиничного рынка за 2019-й год. АНО «Центр развития туризма Республики Татарстан»
47. Стратегия развития сферы туризма в Республике Татарстан до 2021 года и плановый период до 2030 год, от 24 мюля 2017 года
48. Турмаршрут по промышленным объектам появится в 2019 году в Татарстане, новостное агентство Интрефакс - Поволжье [Электронный ресурс] URL: [**https://tourism.interfax.ru/**](https://tourism.interfax.ru/) (Дата обращения: 20.03.2020)
49. Официальный сайт ООО «Камский центр Туризма» [Электронный ресурс] URL: <http://kct-chelny.ru/> (Дата обращения: 17.04.2020)
50. Официальный сайт ООО»Ниагара-Тур» [Электронный ресурс] URL: <https://www.niagaratour.ru/> (Дата обращения: 17.04.2020)
51. Официальный сайт Туристического агентства «Фортуна» [Электронный ресурс] URL: <http://www.fortuna-chelny.ru/> ( Дата обращения: 17.04.2020)
52. «КАМАЗ» создал лучший маршрут промышленного туризма. Газета «Веси КАМАЗа» [Электронный ресурс] URL: <https://vestikamaza.ru/posts/kamaz-sozdal-luchshiy-marshrut-promyshlennogo-turizma/> (Дата обращения: 03.04.2020)
53. Богомолова Ксения Олеговна, Танкиева Тамара Ахметовна, Пономарева Марина Владимировна Развитие промышленного туризма в Тульской области // Сервис в России и за рубежом. 2018. №3 (81) c 63-78
54. Официальный сайт Visit Tatarstan. [Электронный ресурс] URL: <https://visit-tatarstan.com/> (Дата обращения: 03.03.2020)
55. Сайт -агрегатор Lowcoster.info [Электронный ресурс] URL: <https://lowcoster.info/> (Дата обращения:14.04.2020)
56. Корешков Михаил Викторович, Деревнина Светлана Евгеньевна Промышленный туризм: знакомство с производством // Профессиональное образование и рынок труда. 2015. №9-10 c 42-43
57. Юдина Татьяна Александровна, Баланян Манушак Назаретовна Молодежный туризм как фактор развития международного туризма на территории Краснодарского края //Теория и практика общественного развития. 2015. №5 c18-22
58. ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
59. С. С. Полянина, Докашенко Л. В., Сущность промышленного туризма и его виды// Оренбургский государственный университет. - 2014

# ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

|  |
| --- |
|  |
| ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ТУРИСТСКОГО ПУТЕШЕСТВИЯ на сентябрь 2020- июль 2021 (ориентировочно) | | | | | |
| Маршрут путешествия экскурсионный маршрут «Татарстан: от традиций КАМАЗА до инноваций Казани» | | | | | |
|  | наименование и вид маршрута | | | | |
| Протяженность маршрута (км) 680 км | | | | | |
|  | |  | | | |
| Продолжительность путешествия (суток) 6 дней/5 ночей | | | | | |
|  | | | |  | |
| Число туристов в группе (рекомендуемое) 20 | | | | | |
|  | | | |  | |
| Стоимость (ориентировочная)12 340 руб. | | | | | |
|  | | |  | | |
| Программа обслуживания туристов в путешествии по маршруту | | | | | |
|  | | | | |  |

|  |
| --- |
|  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Населенные пункты, расстояния между ними | Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения, и условия размещения | Запланированные экскурсионные услуги. | Перевозка туристов | Другие услуги (дополнительно оплачиваемые) |
| Казань | Гостиница «Волга» 2\*\* с завтракам в формате «Шведский стол» | Пешеходная фото-экскурсия по Казани (центр) | Пеший тур | Билеты до Казани, трансфер с аэропорта «Kazan», обед и ужин |
| Казань – Кукмор (150км) – Набережные Челны (163 км) | Гостиница «Вояж» с включенным завтраком в формате «континентальный» | Экскурсия на Кукморский валяльно-войлочный комбинат, Кукморский завод металлической посуды, Краеведческий музей | Аренда автобуса | Обед и ужин |
| Набережные Челны – Казань (трасса Е22, 241 км) | Гостиница «Волга» 2\*\* с завтраком в формате «Шведский стол» | Экскурсия в Литейный и Автосборочный Завод предприятия КАМАЗ Обзорная экскурсия по Набережным Челнам | Аренда автобуса | Обед и ужин |
| Казань- сыроварня Milkraft (40км) | Гостиница «Волга» 2\*\* с завтраком в формате «Шведский стол» | Экскурсия в элитную сыроварню Milkraft с дегустацией | Аренда автобуса | Обед и ужин, интерактивное музейное занятие «Химия ароматов, экскурсия в Музей Казанской химической школы |
| Казань –Иннополис (80 км) | Гостиница «Волга» 2\*\* с завтраком в формате «Шведский стол» | Экскурсия по городу технологий Иннополис | Аренда автобуса | Обед, ужин экскурсия в магазин-музей пивоваренного завода «Белый Кремль» |
| Казань |  |  |  | Трансфер до аэропорта |

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных виз: для российских групп не требуется

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения: гостинично-туристский комплекс «Волга \*\*» в Казани, отель (мотель) «Вояж» в Набережных Челнах и(или) бизнес-отель «Татарстан» в Набережных Челнах.

Перевозки осуществляются с помощью транспортной компании ООО «Мир транспорта» на комфортабельных автобусах.

Питание туристов: завтраки проходят на базе отелей, в Казани формат завтрака «шведский стол», в Набережных Челнах – «континентальный». Обеды и ужины оплачиваются туристами самостоятельно в кафе города, и ресторанных комплексах при средствах размещения.

Краткое описание тура: тур «Татарстан: от традиций КАМАЗА до инноваций Казани», участники которого смогут своими глазами увидеть процесс производства самого известного российского грузовика КАМАЗ, узнать историю изготовления самой русской обуви «валенки» и прогуляться по самому новому русскому городу.

Продолжительность маршрута составляет 6 дней и 5 ночей

Общая протяженность маршрута составит примерно 680 км, около 10 км из которых составляют пешеходные экскурсии по крупным городам Татарстана. Между городами переезды будут осуществляться на комфортном автобусе с гидом- сопровождающим.

Приложение 2

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЛИСТОК

Татарстан уже стал для россиян излюбленным метом отдыха. Но кроме богатой истории, культуры, национальной кухни, Республика Татарстан славится своей промышленностью. Это один из ведущих регионов инновационной деятельности, и один из регионов зарождения русского достояния.

Авторский тур «Татарстан: от традиций КАМАЗА до инноваций Казани» всего за 6 дней откроет перед вами невероятные просторы для познания своей родины, познакомит вас крупнейшим в России производителем грузовых автомобилей КАМАЗ, которые побеждают на знаменитой гонке Париж-Дакар. Вы увидите, как изготавливают самую знаменитую, воспетую в песнях русскую обувь «Валенки», узнаете, в чем особенность татарских сыров, приготовленных по новейшим европейским технологиям, попробуете их! Экскурсия в самый новый русский город Иннополис покажет вам, как и чем живет российский центр IT-технологий. А нескучная фото-экскурсия по столице республики – городу Казань – точно не оставит вас без ярких фотографий.

Вас ждут незаезженные достопримечательности, а новые маршруты, которые познакомят с настоящим Татарстаном, поэтому вас ждут насыщенные дни в таких промышленных центрах, как Кукмор, Набережные Челны. Ведь промышленность в этой республике - главная движущая сила развития! Путь до этих городов неблизкий, в общей сложности мы преодолеем более 650 км пути, но дороги в Татарстане хорошие, а гид-сопровождающий раскрасит дорогу интересными рассказами о прошлом и настоящем республики.

В стоимость программы включены завтраки в гостинцах, в формате – «шведский стол» в Казани, и континентальный завтрак в отеле в Набережных Челнах. Программа этого тура наполнена уникальными экскурсиями на промышленные предприятия республики: КАМАЗ, Кукморский валяльно-войлочный комбинат, Кукморский завод металлической посуды, элитную сыроварню Milkraft, город технологий Иннополис. Кроме этого, по желанию, вы можете посетить музей – магазин казанского пивоварения «Белый Кремль», узнать о научных открытиях в области химии в музее Казанского университета, а также узнать, как рождаются ароматы и изготавливаются свечи на интерактивном занятии музея.

Перечень дополнительных экскурсий

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название | Описание | Стоимость | Номер дня |
| Доплата за одноместное размещение | Одноместное проживание в номере категории стандарт | 3 700 руб. | 0 |
| Встреча и трансфер в международном аэропорте Казани | Встреча с табличкой названия тура, трансфер на комфортабельном автомобиле | 900 руб. | 1, 6 |
| Интерактивное музейное занятие «Химия ароматов» в Музее Казанской химической школы | На занятии вы познакомитесь с природой ароматов, узнаете источники их появления. И самостоятельно изготовите духи или ароматическое масло | Школьники –100 руб.  Взрослые -150 руб. | 4 |
| Экскурсия в Музей казанский химической школы | Опытные экскурсоводы расскажут вам про становление промышленности Татарстана на экскурсии «Роль ученых Казанского университета в создании и развитии промышленности в Казани (по желанию группы можно заменить) | Школьники – 80 руб.  Взрослые – 150 руб . | 4 |
| Экскурсия в музей-магазин казанского пивоварения «Белый Кремль» с дегустацией | На экскурсии вы узнаете историю местного пивоварения и узнает, как оно связано с Баварией | Дегустация от 18 лет,  250 руб. | 5 |

Для комфортного тура, туристам рекомендуется взять с собой:

* удобную обувь для пешеходных экскурсий
* теплую кофту для посещения производств, с возможными перепадами температур
* солнцезащитные очки
* головной убор
* личный набор медикаментов (аптечку) ;

Мы предлагаем посмотреть на Татарстан с нового ракурса и узнать много нового, познавательного и полезного. Этот тур для вас, если вы стремитесь узнать свою родину с разных сторон, если вы хотите увидеть, как изменилось производство, которое было еще тогда, во времена СССР, если вы хотите знать, как изготавливают предметы, которые окружают нас в обыденной жизни. И если вы еще ищете свой жизненный путь, этот тур поможет вас с этим!

В Татарстан – за новыми знаниями и впечатлениями!

Приложение 3

ПАСПОРТ ТРАССЫ ТУРИСТСКОГО ПОХОДА

1. Вид туризма: экскурсионный

Основные пункты маршрута: Казань, Кукмор, Набережные Челны, Иннополис,

Протяженность: 680 км

Продолжительность: 6 дней / 5 ночей

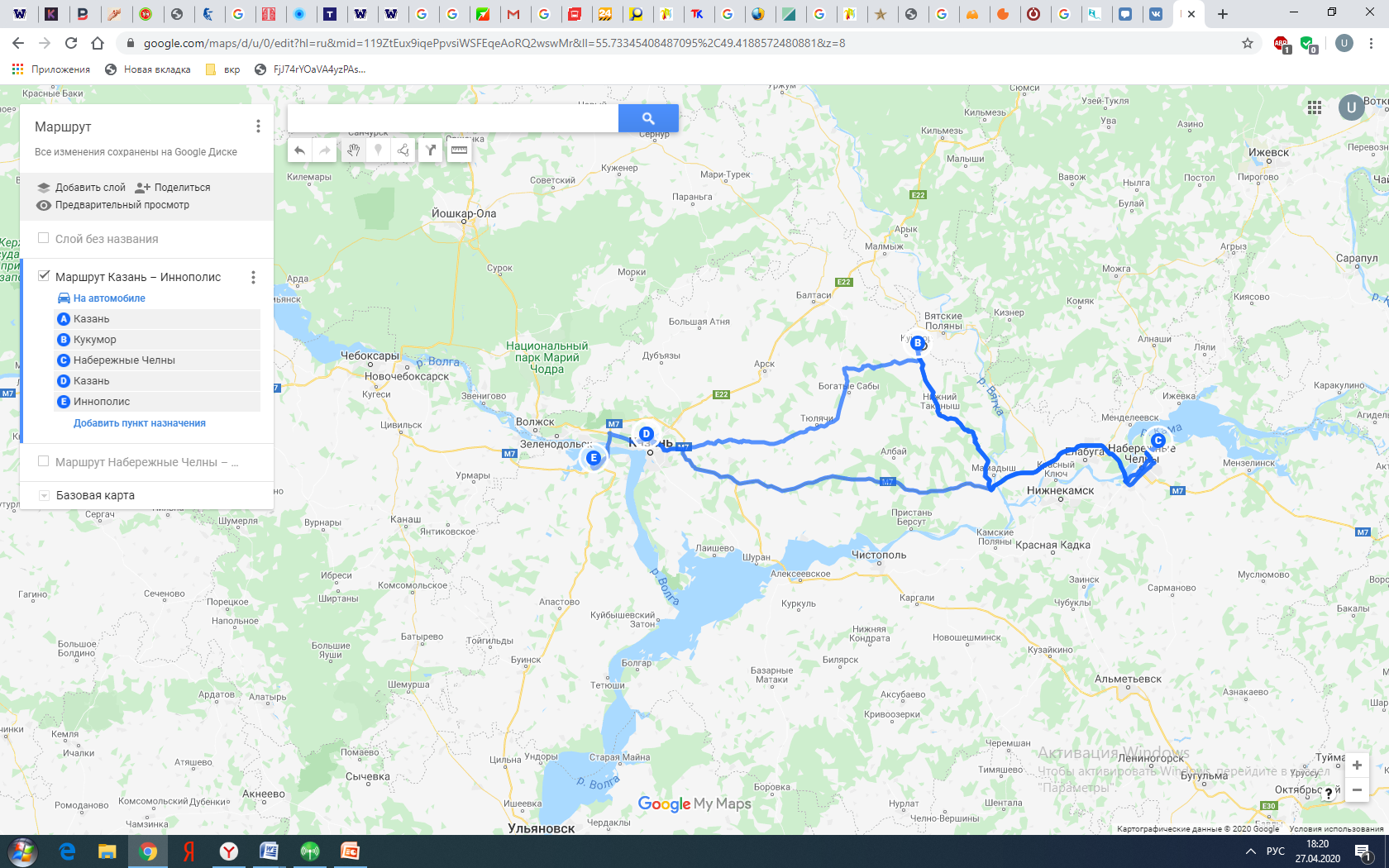
Число туристов в группе: 20 чел.

1. План прохождения трассы туристского похода

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| День пути | Участки трассы | Протяженность, км | Способ передвижения |
| 1 | жд. вокзал Казани – отель – центр Казани | 4 км | пешком |
| 2 | Казань- Кукмор\_ Набережные Челны | 313 км | автобус |
| 3 | Набережные Челны- Казань | 241 км | автобус |
| 4 | Казань – сыроварня MIlkraft- Казань | 40 км | автобус |
| 5 | Казань – Иннополис - Казань | 80 км | автобус |
| 6 | Казань | 1 км | Пешком |

Итого: около 680 км ( около 7 км – пешком во время экскурсий , 673 км –на автобусе)

1. Схема трассы похода



1. Сведения о климате в регионе

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | яянв | ффев | ммарт | аапр | ммай | ииюнь | ииюль | аавг | ссент | оокт | ннояб | ддек |
| Ср.температура, ͦС | -10,2 | -14,7 | -5,2 | 9,6 | 15,9 | 19,8 | 21,7 | 19,7 | 12,6 | 7,5 | 0,3 | -11,1 |
| Мин  температура  ͦС | -46,8 | -39,9 | -31,7 | -21,2 | -6,5 | -1,4 | 2,6 | 1 | -5,4 | -23,4 | -36,6 | -43,9 |
| Макс.  температура  ͦС | 4,5 | 5,2 | 14 | 29,5 | 33,8 | 37,5 | 38,9 | 39 | 32,3 | 23,4 | 15 | 6,1 |
| Осадки  мм | 40 | 33 | 32 | 31 | 41 | 63 | 65 | 60 | 51 | 53 | 46 | 43 |

1. Туристское снаряжение:

а) Специальную одежду для экскурсии по промышленным объектам предоставляет компания

б) Туристам следует самостоятельно позаботиться о наличии удобной дышащей обуви, головных уборов, теплой кофты

Приложение 4

Таблица 8

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Индивидуальные расходы | | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн/шт) | Кол-во (чел) | Стоимость  (руб/чел) | Стоимость за группу |
| 1 | **Размещение** | Отель Волга 2 звезды с завтраком | 4 | 20 | 4 000 | 80 000 |
| Мотель «Вояж» с завтраком | 1 | 20+1 | 850 | 18 700 |
|  | **Экскурсии** | Экскурсия по городу Кукмор | 1 | 20 | 600 | 12 000 |
|  | Иннополис экскурсия | 1 | 20 | 250 | 5 000 |
|  | Экскурсия на сыроварню с дегустацией | 1 | 20 | 300 | 6 000 |
|  | Экскурсия на КАМАЗ | 1 | 20 | 600 | 12 000 |
|  | Итого на человека: |  |  |  | 6 600 |  |
|  | Итого на группу: |  |  |  | 132 850 |  |

Индивидуальные расходы [составлена автором]

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Групповые расходы | | | | | |
| № | Вид услуги | Организация | Кол-во (дн) | Стоимость (руб) | Итого (руб) |
| 1 | Аренда автобуса Hyundai Aerotown 33 места для переезда в Кукмор, Набережные Челны и возвращение в Казань | Транспортная компания ООО «Мир транспорта» | 2 | 15 000 руб/сут. | 30 000 |
| 2 | Фото-экскурсия по Казани пешеходная | Гид-экскурсовод Ирина Степанова | 1 | 600 руб/час \* 3 часа | 1 800 |
|  | Услуги гида-сопровождающего в поездке Казань-Кукмор - Набережные Челны - Казань | Гид-экскурсовод Ирина Степанова | 2 | 2 700 руб/день | 5 400 |
|  | Услуги сопровождения группы (по 3 часа в день) | Гид-экскурсовод Ирина Степанова | 2 | 1000 руб. | 2 000 |
|  | Аренда автобуса Hyundai Aerotown | Транспортная компания ООО «Мир транспорта» | 2 | 1200 руб/час \* | 8 400 |
|  | Затраты на рекламу | Таргетированная реклама в социальных сетях | 1 | 17 000 | 17 000 |

Приложение 5

Таблица 9

Групповые расходы [составлена автором]