

## **Промышленный туризм**

Туристическая отрасль за последнее время начала искать новые виды туристических услуг. Одним из таких нововведений стало организация туристических экскурсий на передовые действующие производства. Организация таких экскурсий служит отличной рекламой для многих компаний, которые заинтересованы в продвижении своей продукции.

Разразившийся в последние годы кризис заставил многих предпринимателей искать новые, нестандартные технологии выживания в экономике. Довольно интересное решение нашли предприниматели, работающие в туристическом бизнесе. Они решили совместить, как бы казалось две несовместимые вещи – развивать одновременно туризм и промышленность. Особенно ярко это проявилось в странах Западной Европы.

В настоящее время задачей промышленного туризма является организация регулярных туристических туров и маршрутов на действующие или когда-то действующие промышленные предприятия. Явление это совсем новое, поэтому исследований посвященных этой теме почти нет. Все, что мы имеем на сегодняшний день, так это большое количество городов, которые служат примером организации туристических маршрутов на предприятиях расположенных на их территориях. Например, в 2007 году, во Франции около 1700 различных компаний принимали туристов на площадках своих предприятий. Так приливная станция в городе Ранс каждый год принимает где-то 300 тысяч туристов. В Англии шоколадную фабрику в Кэдберри за год посетило 400 тысяч посетителей. В таких странах как Испания особой популярностью пользуются винные туры, в Нидерландах – цветочные, а во Франции – сырные.

Но первооткрывателями в этой отрасли были американские компании. Так завод Jack Daniel's открыл двери своего предприятия для посетителей в 1866 году, в день открытия самого предприятия. В настоящее время в Соединенных Штатах почти не осталось предприятий, которые не принимали бы туристов и посетителей. Для любой компании считается дурным тоном не принимать туристов, в этом факте усматривается угроза репутации фирмы. В Европе несколько другое отношение, здесь главный упор делается на постиндустриальный мотив. Так вниманию туристов предоставляют заброшенные соляные и угольные шахты в Руре и заброшенные судостроительные заводы еще со времен Второй мировой войны. Хотя и действующие предприятия также открыты для посещения. Примером может служить завод автомобильной фирмы BMW в Вольфсбурге, где его производственные цеха посещают около 260 тысяч туристов в год.

Современные предприятия могут не только заниматься производством различных товаров, но могут организовать оказание различных услуг, это ни

в коей мере не повредит производственному процессу. Просто надо уметь со всего извлекать пользу.

Зададимся теперь вопросом, а будет ли интересно это мероприятие туристам? С уверенностью можно сказать, что современные туристы – это «коллекционеры мест». Сегодня туристов уже не устраивает стандартный туристический ассортимент – пляжи, музеи, театры, картинные галереи и т.п. Теперь их интересует отдых, который можно совмещать с познавательными целями. Экскурсии по различным предприятиям – это как раз то, что заинтересует современных туристов. Во время таких экскурсий туристам все открывается с необычной стороны. На таких экскурсиях можно все увидеть воочию, потрогать все своими руками, попробовать, примерить и в конечном итоге приобрести. Особой популярностью такой вид туризма пользуется у путешественников, которые совершают туры вместе с детьми. Детям особенно будет интересно увидеть, как делают мороженое или шоколадные конфеты, еще до того как они попали на прилавки магазинов.

Задумаемся теперь над тем, а собственно, зачем все это нужно производителям? С точки зрения рекламы это довольно правильный и красивый рекламный ход. Такие экскурсии представляют собой довольно интересную рекламу, ненавязчивую и интересную, за которую экскурсанты еще и платят. Во время таких экскурсий производитель показывает свое истинное лицо, безукоризненность передовых технологий, прозрачность управления производством, отношения в рабочем коллективе.

Важно отметить еще один немаловажный аспект. Когда предприятие становится туристическим объектом, то в этом случае руководство фирмы значительно улучшает отношения в трудовом коллективе. В первую очередь внимание обращают на чистоту в цехах, презентабельный вид технологического оборудования, на чистую рабочую форму работников и многое другое. Ранее руководители предприятий не видели смысла в этих позициях. Кроме того, у самых работников резко меняется мотивация, из-за того, что на них смотрят как на музейный экспонат. Как результат таких действий фирма получает эффективную поддержку своей продукции. Важно отметить тот факт, что оборот магазинов по продаже сувениров на 30% выше в точках, где заканчивается экскурсия, чем в таких же магазинах с аналогичным товаром.

Не лишним будет сказать о том, что городской бюджет значительно выигрывает от стимулирования продажи различных городских услуг и товаров. Кроме того, экскурсии на действующие предприятия служат такой себе дополнительной нагрузкой к другим туристическим объектам, которые расположены в этих городах. Ярким примером может служить завод «Ролекс» в Цюрихе и портывый комплекс в Роттердаме. Города фактически обеспечивают популярность различных брендов.

В бывшем Советском Союзе, в свое время, пользовались популярностью экскурсии на московские кондитерские фабрики. Но это было, скорее всего, исключением из правил. Такие мероприятия проводились как некая дань моде, но здесь не учитывались многосторонние выгоды,

которые приносили такие экскурсии. В большинстве случаев такие экскурсии проводились для специальных высокопоставленных гостей, иногда для школьников, которые прибывали на экскурсии в столицу. Например, на такой фабрике как «Рот Фронт», запись на посещение проводилась на протяжении двух дней в середине августа и на год вперед. В настоящее время в России можно отметить концерт «Балтика», который проводит регулярные экскурсии на своих предприятиях в Санкт-Петербурге, Туле и Челябинске.

Среди городов России, в настоящее время, разве что Челябинск имеет возможность стать столицей промышленного туризма, так как здесь есть все предпосылки для его развития. Кроме того, сфера промышленного туризма может стать спасительной соломинкой для ряда городов, промышленность которых пришла в упадок. В таких городах можно наблюдать величественные руины бывшей советской экономики. Это такие города как Асбест, Байкальск, Чапаевск, Карабаш, Копейск, Красноуральск, Озерный. Перечень таких городов можно продолжить. Для таких городов организация промышленного туризма единственная возможность сохраниться на карте государства. В этом случае разговор пойдет не о посещении действующих предприятий, а о превращении в музеи предприятий, которые уже перестали функционировать.

Что же все-таки надо, чтобы организовать промышленный туризм? Если обратиться к опыту других стран, то можно увидеть, что финансовые затраты сравнительно невелики, чтобы организовать туристические маршруты по действующим предприятиям. Намного сложнее с предприятиями, которые уже перестали работать. В этом случае необходимо разрабатывать специальные инвестиционные проекты по превращению их в музейные комплексы. Но в настоящее время в нашей стране это почти невыполнимо, так как необходим солидный финансовый ресурс, которого в настоящее время нет. Первым шагом в организации производственного туризма может быть кооперация региональных и местных властей, с местными знатоками-краеоведами, местной бизнес-элитой и естественно, туристическими компаниями.

Производственный туризм может служить инструментом для маркетинга территории, системного сотрудничества местных сообществ по продвижению их интересов, с целью привлечения инвесторов. Ведь в конечном итоге маркетинг – это философия местного развития, которая оказывает необходимую помощь там, где преобладает экономическая депрессия, а выходов из стандартных ситуаций не видно и вовсе.