

Ершов В.А.

*Научный руководитель: доцент Ю.Д. Мякишев
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
E-mail: notlast.ershov@mail.ru*

Особенности организации промышленного туризма

Промышленный туризм является направлением культурного туризма. В его основу закладывается историческое наследие, которое сформировано в результате развития территории, а конкретно промышленной сферы.

Направление промышленного туризма как сфера деятельности сформировалась в конце двадцатого века (практически одновременно с повышением популярности культурного туризма). Мотивом к появлению такого названия стали работы Эудженио Батистеса, который исследовал заводы, фабрики и шахты в 50-х годах двадцатого века, находя в них памятники индустриализации и эпохи промышленного бума. Первые организованные туры на промышленные предприятия с образовательной целью появляются в 80-х годах двадцатого века.

Промышленный туризм является отдельным направлением культурного туризма, так как он основан на наследии промышленных предприятий, которое сформировалось от их промышленной деятельности. Промышленный туризм - это направление в туризме, которое предполагает в качестве культурного объекта использовать промышленное пространство, которое использовалось ранее или используется в настоящий момент для производства продуктов.

В качестве основания туристического продукта может быть:

- история предприятия, которая предопределяет интерес к его деятельности со стороны туристов;
- бренд продукта, который связан с брендом города;
- интересная технология производства основного продукта компании (интересно узнать, как производится такой продукт и, возможно, самим поучаствовать в процессе создания продукта).

Таким образом, можно охарактеризовать стимулы, которые используют производители для привлечения туристов на основе промышленного наследия. При этом цели для создания туристического продукта могут быть разными:

- повышение осведомленности среди потребителей;
- повышение лояльности среди потребителей;
- привлечение потенциальных работников;
- стимулирование продаж;
- укрепление бренда компании;
- присоединение к более крупному бренду (бренду города).

С точки зрения цели организации промышленных экскурсий промышленные предприятия рассматривают эффекты, которые ожидаются от вовлечения в туристическую деятельность. Полученная информация о промышленных предприятиях позволяет разделить получаемые эффекты на маркетинговые (стимулирование сбыта, повышение лояльности, политика открытости, социальная ответственность, исследование, деловое взаимодействие) и кадровые (профессиональная ориентация, демонстрация возможностей компании, привлечение внимания будущих специалистов).

Литература

1. Визгалов Д. Совмещение несовместимого. Промышленный туризм может эффективно работать на благо городов и территорий // Независимая газета. - 2009.
2. Матецкая М. В., Гордин В. Э. «Инновационные формы взаимодействия культурного наследия и творческих индустрий». - 2016.