

Кулагина Евгения Викторовна, Сливкова Юлия Викторовна

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ ОМСКЕ**

Статья посвящена актуальной проблеме развития регионального промышленного туризма. Охарактеризованы современные направления промышленного туризма, такие как промышленно-историческое, включающее музеефикацию промышленных объектов, собственно промышленное и арт-преобразование ранее действовавших объектов промышленных предприятий. На основе обобщения экскурсионно- промышленного потенциала омских предприятий сделано заключение о возможностях развития промышленного туризма в регионе.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2016/11/19.html](http://www.gramota.net/materials/1/2016/11/19.html)

**Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.**

Источник

#### **Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2016. № 11 (113). С. 74-77. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2016/11/](http://www.gramota.net/materials/1/2016/11/)

#### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

УДК 338.48

**Экономические науки**

*Статья посвящена актуальной проблеме развития регионального промышленного туризма. Охарактеризованы современные направления промышленного туризма, такие как промышленно-историческое, включающее музеефикацию промышленных объектов, собственно промышленное и арт-преобразование ранее действовавших объектов промышленных предприятий. На основе обобщения экскурсионно-промышленного потенциала омских предприятий сделано заключение о возможностях развития промышленного туризма в регионе.*

*Ключевые слова и фразы:* промышленный туризм; производственная экскурсия; направления промышленного туризма; условия, ресурсы и потенциал развития промышленного туризма; целевая аудитория.

**Кулагина Евгения Викторовна**, к. пед. н., доцент

**Сливкова Юлия Викторовна**

*Омский государственный технический университет*

*kevgeniya@inbox.ru*

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ ОМСКЕ**

Специалисты Всемирной туристской организации при ООН отмечают, что в современной экономической ситуации туризм оказался достаточно устойчивым сектором экономики по всему миру. Согласно статистике, туристские прибытия выросли в период с января по июнь 2016 г. по сравнению с аналогичным временем 2015 г. на 4% [3].

Развитие въездного и внутрирегионального туризма является актуальной задачей для субъектов Российской Федерации. Значимость развития отечественного туризма обусловлена его весьма широким функциональным значением. Развитие туризма региона способствует созданию мультипликативного эффекта в экономике и социальной сфере.

Ресурсный потенциал территории во многом определяет условия и возможности развития определенных видов туризма в регионе: культурно-познавательного, лечебно-оздоровительного, религиозного, экологического, спортивного и пр. Для индустриальных городов перспективным является развитие промышленного туризма.

Под промышленным туризмом понимают организованное посещение действующих предприятий или территорий, связанных с историей ранее существовавших промышленных достопримечательностей, с целью удовлетворения познавательных, профориентационных, профессионально-деловых и прочих потребностей [2, с. 147].

Основными видами промышленного туризма являются экскурсии и тематические туры, в зависимости от продолжительности предполагающие посещение одного или нескольких предприятий определенного профиля.

Прототипом современных промышленных туров стали так называемые «дни открытых дверей», впервые организованные в 1866 году американской компанией *Jack Daniel's*. Спустя несколько десятилетий практика приема экскурсантов на промышленных предприятиях реализовывалась на заводах Г. Форда, на предприятиях компаний «*Peugeot*» (французский производитель автомобилей), «*Kronenbourg*» (пивоварня в Страсбурге).

В СССР также появились первые промышленные туры, и интерес к ним среди населения формировался параллельно с индустриализацией страны. Объектами посещения являлись «великие стройки», например, Днепрогэс, Магнитогорский металлургический комбинат им. Ленина и др.

В настоящее время развитие промышленного туризма происходит в следующих направлениях:

1. Промышленно-историческое направление обусловлено постиндустриальными мотивами и предполагает посещение предприятий или территорий, на которых ранее осуществлялась промышленная деятельность. Примером отечественной индустриальной музеефикации является созданный в 1991 году музей-заповедник «Красная горка» в городе Кемерово. Музей представляет собой единый сюжетно-тематический комплекс, посвященный развитию угольной промышленности Кузбасса [1]. Источниками финансирования подобного рода музеев являются меценатство и гранты.

2. Арт-преобразование индустриальных объектов, предполагающее переоборудование заводов и фабрик в привлекательные многофункциональные пространства. Например, в 2007 году на территории бывшего пивоваренного завода (позднее – винного комбината) «Московская Бавария» был открыт центр современного искусства «Винзавод». В здании фабрики «Красный Октябрь», представляющей историческую ценность, расположены модные клубы, рестораны, офисы, художественные галереи, выставочные залы.

3. Собственно промышленный туризм получил наибольшее распространение и предполагает посещение действующих производств.

Целевая аудитория производственного туризма весьма широка и представлена следующими категориями: экскурсионные группы разных возрастов; отечественные и зарубежные инвесторы, проявляющие интерес к технологической, инфраструктурной, кадровой составляющей производственного процесса; иностранные делегации, посещающие регион с культурно-познавательными целями.

Растущий интерес к промышленному туризму обусловлен его функциональной сущностью: привлечение инвестиций, управление имиджем, продвижение продукции, профориентация. Проведение экскурсий по предприятию – это неотъемлемый элемент корпоративной культуры, демонстрация открытости и прозрачности производственного процесса. Посещение предприятий способствует формированию системы обратной связи с потребителями и может служить точкой роста доверия со стороны деловых партнеров.

Промышленный туризм рассматривается как статья дополнительных доходов не только для предприятия, принимающего туристов, но и для бюджета региона в целом.

Омская область в силу своей специализации имеет благоприятные условия для развития промышленного туризма:

- наличие развитого обрабатывающего производства: химического и нефтехимического комплекса, нефтепереработки, производства пищевых продуктов, строительных материалов, машиностроения и т.д.;
- выгодное географическое положение и развитая транспортная система;
- современная гостиничная инфраструктура;
- наличие научно-исследовательских комплексов, наукоемких и инновационных производств;
- эффективное внешнеэкономическое сотрудничество;
- значительный ресурсный потенциал: кадровый, природный, инвестиционный.

Базу развития промышленного туризма в Омске составляют следующие предприятия.

Группа компаний «Титан», включающая предприятия нефтяной и химической промышленности, биотехнологий: ПАО «Омский каучук», ООО «Полиом», ООО «Титан-Агро», ООО «АПК “Титан”». Продукция компаний занимает 25% российского рынка метил-трет-бутилового эфира (МТБЭ).

ПАО «Омскшина» – ведущий производитель шин для транспорта, специальной техники и один из крупных работодателей региона.

На базе ПО «Полет» функционирует образцово-показательный центр по производству ракетно-космической и авиационной техники, не имеющий аналогов в России по уровню автоматизации и технологическому оснащению.

ООО «Омсктехуглерод» (бывший Омский сажевый завод, возведенный во время Великой Отечественной войны) сегодня имеет широкую сеть представительств в странах СНГ, Восточной Европы, Северной Америки.

Омский стекольный завод, созданный на базе эвакуированных из европейской части страны заводов, сегодня входит в ООО «Торговая компания “Русь-стекло”» и производит более 390 млн ед. продукции в год. Потребители продукции завода – ведущие российские и иностранные производители продовольственной отрасли.

Омский электромеханический завод, основанный в 1958 году, обеспечивал металлоконструкциями опор ЛЭП строительство воздушных линий по всему СССР. Сегодня опоры, прожекторные мачты, башни связи, конструкции для трубопроводов и другая продукция Омского ЭМЗ поставляются на крупнейшие объекты энергетики и нефтегазового комплекса на территории от Урала до Дальнего Востока, в странах ближнего зарубежья.

Омский электромеханический завод входит в число крупнейших производителей металлоконструкций для энергетической, нефтяной и газовой отраслей. Завод оснащен высокотехнологичным оборудованием ведущих мировых производителей.

Омский судоремонтно-судостроительный завод формировался на базе кустарных мастерских в затоне «Загородная роща» с 1920 года и вырос до современного технологического предприятия.

Омский филиал «САН ИнБев» – самое крупное пивоваренное предприятие за Уралом. Продукция завода широко известна как в России, так и в зарубежных странах. По итогам 2013 года омское солодовое производство признано лучшим в Центральной и Восточной Европе.

На Омском нефтезаводе, входящем в состав компании «Газпром нефть», имеется установка для изомеризации бензиновых фракций «Изомалк-2», которая входит в тройку самых мощных в мире.

ООО «Омский завод трубной изоляции» (ОЗТИ) на сегодняшний день входит в пятерку крупнейших заводов России и является ведущим производителем полиэтиленовых труб в Сибири и на Дальнем Востоке.

История Омского завода транспортного машиностроения ведется с 1896 г. и связана с постройкой транс-сибирской железнодорожной магистрали. Современное АО «Омсктрансмаш» – это первое специализированное танковое предприятие и единственное предприятие, имеющее замкнутый технологический цикл танкового производства.

ОАО «ОмЗМ-МЕТАЛЛ» осуществляет производство в области проектирования, изготовления и монтажа металлоконструкций. География выполненных ОмЗМ объектов охватывает более 50 регионов РФ от Краснодарского края до Камчатки. Металлоконструкции собственного производства завода использовались при строительстве таких знаковых для омичей объектов как торговый центр «Омский», ледовый дворец им. В. Фетисова, Омский музыкальный театр, киноцентр «Галактика», торговый комплекс «Пять звезд», многофункциональный спортивный комплекс «Арена Омск», Ачаирский монастырь. Омский завод металлоконструкций занимает лидирующее положение в отрасли.

АО «Омский агрегатный завод» является авторитетным предприятием в области производства агрегатов. В 2015 году завод выступал одной из площадок реализации значимого туристско-экскурсионного проекта «Сибирь военная», отмеченного Национальной премией в номинации событийного туризма.

ООО «Эдельвейс» – это российский производитель современных изделий верхнего трикотажа, было основано на базе одного из крупнейших предприятий Сибири – Омской трикотажной фабрики «Омсктрикотаж». Продукция продается под собственной торговой маркой KVINTO.

Компания «Сладонез» – наглядный пример объединения опыта кондитерского производства, прогрессивных идей и новейших мировых технологий. Продукция завода известна далеко за пределами России и любима омичами.

ОАО «Омская макаронная фабрика» была основана в 1970 году, и сегодня это – один из лидеров производства макаронных изделий в западной Сибири (торговая марка «Добродея»). Представительства фабрики расположены в 49 регионах России, а также в Монголии, Казахстане, Таджикистане.

Продукция Омской мебельной фабрики «Кентавр 2000» успешно продается на всей территории Сибири и Дальнего Востока, на Урале, в Центральном и Южном районах РФ, а также в Казахстане.

Компания «ОША» – первое ликероводочное предприятие, построившее спиртзавод в Омской области, наладившее пивоварение по западным технологиям на оборудовании мирового лидера по его производству – компании «Штайнекер». Компания возродила традиции меценатства на омской земле (с 2000 года «ОША» является меценатом Омского академического театра драмы).

Завод «Омсквинпром», по данным Росстата, входит в тройку крупнейших ликероводочных заводов страны. Завод производит до 7,5% всего объема водки, выпускаемой в России. Завод «Омсквинпром» одним из первых в России ликероводочных предприятий прошел сертификацию по международным стандартам.

Завод разлива минеральной воды «Омский» является изготовителем известного бренда «Омская 1».

Старейшее электро- и радиотехническое предприятие страны АО «ОПЗ им. Козицкого» осуществляет выпуск высокотехнологичного радиооборудования для морских судов, авиации, военной техники.

ОАО «ОмскВодоканал» является ведущим предприятием в сфере реализации услуг водоснабжения миллионного Омска и промышленных предприятий. Длина омской водопроводной сети превышает полторы тысячи километров.

Омское производственное объединение «Радиозавод им. А. С. Попова» и Институт археологии и этнографии Сибирского отделения РАН осуществляют разработку научной темы «История военного дела народов Южной Сибири и Центральной Азии в Средние века». Собранные материалы планируется использовать и при разработке экскурсии. Судьба известного омского писателя Тимофея Белозерова связана с историей радиозавода, и этот факт упоминается в омских литературных экскурсиях.

Проводя обзорную характеристику экскурсионного промышленного потенциала г. Омска, следует отметить предприятия, предлагающие экскурсии на регулярной основе: Омский нефтеперерабатывающий завод, ОЗТМ, АО «Омский агрегатный завод», ПАО «Омкшина», компания «Сладонез», «ОША», «Омсквинпром», завод разлива минеральной воды, ОАО «ОмскВодоканал», ПО «Полет» и другие крупные предприятия города, имеющие уникальную историю и интересные объекты экскурсионного показа.

Также следует отметить наличие подробной информации о проводимых экскурсиях на сайтах компании «САН ИнБев» (Омский филиал), Омского нефтеперерабатывающего завода, Омского завода транспортного машиностроения, Омского агрегатного завода, ОАО ОМПО «Радиозавод им. А. С. Попова».

Исходя из экскурсионно-промышленного потенциала предприятий, промышленный туризм в городе Омске может получить широкое распространение и стать востребованным.

Производственные экскурсии имеют свою специфику в организации, принципиально отличаются от экскурсионной деятельности, реализуемой, например, на базе краеведческого музея. Организаторам необходимо учитывать наличие опасного производства, секретность технологий, степень туристской привлекательности промышленного объекта, режим работы предприятия. Большинство экскурсий должны согласовываться с определенными инстанциями. Некоторые предприятия закрыты для показа в силу определенных обстоятельств, часть организаций ориентированы на прием только студентов профильных образовательных учреждений или деловых делегаций.

Среди факторов, сдерживающих развитие производственного туризма в омском регионе, следует выделить низкую вовлеченность в процесс проектирования туристско-экскурсионного продукта специалистов, владеющих современной технологией туроперейтинга, отсутствие единого информационного ресурса, освещающего деятельность предприятий в области промышленного туризма.

Для стимулирования развития промышленного туризма целесообразными являются проведение мероприятий, способствующих интеграции субъектов туристского бизнеса и представителей промышленной сферы региона, определение пилотных предприятий и маркетинговых стратегий развития регионального промышленного туризма.

#### *Список литературы*

1. **О музее** [Электронный ресурс] // Официальный сайт музея-заповедника «Красная горка». URL: <http://www.redhill-keмеровo.ru/> (дата обращения: 25.09.2016).
2. **Струзберг Г. В.** Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2013. № 3. С. 147-151.
3. **UNWTO World Tourism Barometer** [Электронный ресурс]. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer> (дата обращения: 12.09.2016)

**PROSPECTS OF INDUSTRIAL TOURISM DEVELOPMENT IN OMSK**

**Kulagina Evgeniya Viktorovna**, Ph. D. in Pedagogy, Associate Professor  
**Slivkova Yuliya Viktorovna**  
Omsk State Technical University  
kevgeniya@inbox.ru

The article is devoted to a topical problem of development of regional industrial tourism. The authors characterize modern industrial tourism directions, such as an industrial-historical one including museumification of industrial objects, a properly industrial one and artistic transformation of objects of industrial enterprises that functioned previously. On the basis of generalization of sightseeing and industrial potential of Omsk enterprises it is concluded about opportunities of industrial tourism development in the region.

*Key words and phrases:* industrial tourism; industrial excursion; industrial tourism directions; conditions, resources and potential of industrial tourism development; target audience.

УДК 658.8

**Экономические науки**

*Дополнительные образовательные услуги для абитуриентов, которые традиционно предлагают вузы, предполагают проведение маркетинговых исследований. В условиях рыночной экономики это – необходимость, обеспечивающая развитие и продвижение предлагаемых услуг, учет и удовлетворение потребностей клиентов, финансовую эффективность организации и повышение качества образования.*

*Ключевые слова и фразы:* маркетинг; дополнительное образование; довузовская подготовка; ценообразование; реклама услуг.

**Лузикова Светлана Николаевна**, к. филол. н., доцент

**Нефедьева Валентина Сергеевна**, к. пед. н., доцент

**Олехова Ирина Павловна**, к. филол. н.

*Тверской государственный технический университет*

*svetaluzikova3@gmail.com; nefedjevavs@mail.ru; transcend1979@mail.ru*

**МАРКЕТИНГ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВУЗЕ**

Эффективная система маркетинга и сбыта как товаров, так и услуг – одно из основных условий финансовой успешности деятельности образовательной организации. Концепция маркетинга включает исследование и анализ рынка, позиционирование образовательной услуги, определение конкурентоспособности предлагаемой услуги, прогнозирование спроса, изучение ценовой политики конкурентов и определение критериев и эластичности ценообразования, продвижение услуги.

В последние годы наблюдается повышенное внимание к дополнительному образованию детей и взрослых, удовлетворяющему потребности личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии. Как во многих вузах России, в Тверском государственном техническом университете создан и функционирует Центр довузовской подготовки, который предлагает вариативные дополнительные общеобразовательные программы, обеспечивающие подготовку слушателей к поступлению в вуз и освоению профессиональных образовательных программ.

Система довузовской подготовки может быть представлена несколькими стратегическими направлениями, в том числе стратегией экономического развития, включающей «развитие коммуникации с потребителями услуг <...>, учет их потребностей и интересов, оперативное реагирование на запросы и пожелания; сотрудничество с руководителями образовательных учреждений <...>; систематический анализ и учет ситуации на рынке общеобразовательных услуг по довузовской подготовке; освоение и использование опыта других вузов в позиционировании и продаже довузовских образовательных услуг» [3, с. 163].

Стратегическое планирование воплощается в различных видах деятельности, в частности, маркетинговой, заключающейся в изучении образовательного рынка и целевой аудитории, определении и корректировке ценовой политики, формировании информационно-рекламной базы с целью позиционирования Центра довузовской подготовки ТвГТУ и его услуг как конкурентоспособных, профессиональных, качественных.

Маркетинг образовательных услуг ЦДП определяется спецификой, которая заключается не только в передаче определенных знаний, но и адаптации слушателей к условиям обучения в вузе, развитии у них способностей к самостоятельной работе и интеллектуальному росту. Также учитывается отсутствие осязаемых характеристик образовательных услуг, в результате чего для клиентов ЦДП значимыми становятся «сигналы» качества предоставляемых услуг: квалификация преподавателей (традиционно учебный процесс обеспечивается вузовскими преподавателями), место предоставления услуг (в нашем случае занятия проходят на университетских площадях), средства предоставления услуг (актуальные учебные программы и материалы, соответствующие государственным нормативным документам), доступные цены, которые обеспечивают не только экономическую целесообразность услуги, но и учитывают восприятие клиентом ее значимости.