

VII. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ. БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

УДК 338.46

A.V.Aleksandrov, G.V. Gulyaev

ANALYSIS OF INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL TOURISM MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION

The article analyzes the currently existing information resources on the Internet dedicated to the development and promotion of industrial tourism in the tourist services market. In the course of the research, the strengths and weaknesses of the main information resources in the field of industrial tourism were identified in order to develop methodological recommendations for their improvement in the conditions of digitalization of socio-economic processes in the service sector. The article highlights the main blocks of reasons that reduce the effectiveness of the promotion and development of industrial tourism programs in the context of its information and analytical support.

Keywords: industrial tourism, information and analytical support, tourist market, information resources, development strategy of industrial enterprises.

А.В.Александров¹, Г.В.Гуляев²

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РФ

В статье проводится анализ существующих в настоящее время информационных ресурсов в сети Интернет, посвящённых развитию и продвижению промышленного туризма на рынке туристских услуг. В процессе проведения исследования выявлены сильные и слабые стороны основных информационных ресурсов в сфере промышленного туризма с целью выработки методических рекомендаций по их совершенствованию в условиях цифровизации социально-экономических процессов в сфере услуг. В статье выделены основные блоки причин, снижающих эффективность продвижения и развития программ промышленного туризма в контексте его информационно-аналитического сопровождения.

Ключевые слова: промышленный туризм, информационно-аналитическое сопровождение, туристский рынок, информационные ресурсы, стратегия развития промышленных предприятий.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-93-97

Следует признать, что основополагающим фактором в продвижении и развитии промышленного туризма в Российской Федерации является целесообразность создания унифицированных информационных ресурсов и цифровых систем, которые бы позволили проводить аккумуляция данных о предприятиях уже предлагающих услуги по проведению экскурсий или готовых предложить подобные услуги в будущем.

Независимо от выбранного сегмента туристского рынка, можно говорить о существовании тенденции, которая свидетельствует о том, что если потребитель не будет получать достаточную по объёму и доступности информацию, то он вряд ли будет заинтересован в потреблении туристского продукта, даже если первоначально тот был ему интересен. Подобная ситуация касается не только рядового клиента, но и юридических лиц, которые могут быть заинтересованы как в расширении своего бизнеса, создании длительных

¹ Александров А.В., профессор кафедры бизнес-информатики, доктор экономических наук, доцент; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Aleksandrov A.V., Professor of the Department of Business Informatics, Doctor of Economics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: a@gtifem.ru

² Гуляев Г.В., ассистент кафедры бизнес-информатики; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Gulyaev G.V., Assistant of the Department of Business Informatics; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: i@gguljaev.ru

партнёрских отношений, так и поиску дополнительной рекламной площадки. Данные цели могут быть достигнуты посредством создания и развития программ промышленного туризма как возможного дополнительного источника дохода.

Так как промышленный, или индустриальный туризм имеет ряд специфических особенностей реализации туристского продукта, то информация, размещённая на специализированных информационных ресурсах, должна быть подготовлена соответствующим образом, начиная с этапа ознакомления с предложением (посредством рекламы или иными способами) и заканчивая покупкой билета на экскурсию и подготовкой к самому мероприятию [8].

На данный момент многие российские сайты ограничиваются лишь общей информацией о возможности посещения предприятия с экскурсией и контактными данными ответственных лиц или туристских организаций. Более подробную информацию можно найти у агрегаторов, но информация о проведении экскурсии так же ограничивается возможностью оставить свои данные, для того чтобы с клиентом связался специалист поддержки портала.

Для начала рассмотрим основные информационные порталы, на которых представлена информация о предприятиях, предоставляющих свои услуги в рамках реализации программ промышленного туризма. В Табл. 1 представлена статистика посещений и просмотров ряда российских информационных порталов, на которых размещены данные о туристских продуктах в сфере промышленного туризма.

Таблица 1 – Статистика посещений и просмотров ряда российских информационных порталов ([12], [4], [5], [6])

Сайт	Посещаемость в день	Просмотры в день
promtourism. online	150	30
promtourism.ru	30	70
extraguide.ru	10.4K	23.5K

Как видно из представленных данных, посещаемость сайта promtourism. online значительно превышает количество просмотров, что может говорить о том, что этот сайт используется целенаправленно как туроператорами, которые отслеживают обновляющуюся информацию о новых локациях, так и частными экскурсоводами. Так или иначе, сайт больше ориентирован на узкий круг пользователей. Самостоятельно турист, желающий посетить предприятие с развлекательной или профессиональной целью, вряд ли сможет легко и быстро найти нужную ему информацию. Для аналитического сравнения в Табл. 1 также приведена информация по просмотрам и посещаемости агрегатора extraguide.ru [6]. Аналитика посещаемости сайта приведена в целом по всем видам услуг, так как агрегатор не имеет отдельного раздела, связанного с программами промышленного туризма.

На основании данных сайта "Promtourism.online" можно сделать утверждение о том, что ориентированность клиентов на программы промышленного туризма может наблюдаться в зависимости от региона проживания [1]. Рассмотрим распределение предлагаемых программ промышленного туризма по отдельным регионам-лидерам, на основании информации с уже упомянутого выше сайта.

Таблица 2 – Характеристика количества и содержательного контента программ промышленного туризма в региональном аспекте (составлено авторами на основании [5])

№	Регион	Количество задействованных предприятий	Основные проекты в сфере промышленного туризма и их краткое описание
1	Кемеровская область	4	-КАО "Азот" (в качестве объектов показа выступает законченный цикл химического производства); -АО "Угольная компания "Кузбассразрезуголь" (возможность посещения угольных шахт в рамках групповых экскурсий);
2	Нижегородская область	4	-АО "Хохломская роспись" (знаменитый производитель изделий народно-художественного промысла); -Фабрика мороженого "Колибри" (предлагает увидеть процесс производства продукции с дегустацией);
3	Пермский край	7	-ООО "Промобот" (молодой стартап из Перми по производству сервисных роботов демонстрирует возможности собственной инновационной продукции); -АО "Кондитерская фабрика "Пермская" (экскурсии на первое кондитерское производство на Урале и в Сибири); -ООО "ЛУКОЙЛ–Пермнефтеоргсинтез" (предлагает посетить музеи и сам нефтеперерабатывающий завод);
4	Рязанская область	4	-АО "Елатомский приборный завод" (возможность посетить в режиме реального времени производство медицинского оборудования); -АО "Русская пивоваренная компания "Хмельёфф" (демонстрирует экскурсантам весь процесс производства хмельных напитков);
5	Санкт-Петербург	7	-ООО "Ленигрушка" (экскурсия и мастер-класс на старейший завод по производству новогодней игрушки); -Часовой завод "Ракета" (предлагает посетить производство наручных часов и магазин готовых изделий);
6	Свердловская область	4	-ПАО "Уралхиммаш" (экскурсии на производство сосудов и аппаратов высокого давления для различных технологических процессов и установок предприятий); -АО "ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат" (посещение старейшего металлургического производства с полным производственным циклом);
7	Тульская область	4	-ООО "Тульская Гармонь" (посещение фабрики, где производят гармони); -АО "Тульский молочный комбинат" (посещение фабрики по изготовлению различной молочной продукции);
8	Челябинская область	5	-АО "Челябинский трубопрокатный завод" (экскурсии на крупнейший производитель стальных труб в России); -ЗАО "Практика" (экскурсии и мастер-классы в рамках школы златоустской гравюры).

Ещё в 31 регионе, информация по которым представлена на портале акселератора, количество предприятий не превышает 1-2, что указывает на очевидную необходимость расширения возможных предложений со стороны промышленных предприятий с точки зрения организации экскурсий и иных досуговых мероприятий на их территории. Если рассматривать уже предложенные варианты организации программ промышленного туризма, то значительную часть будут составлять те, которые предлагают экскурсантам различные мастер-классы, либо дегустацию продукции. Например, в Санкт-Петербурге на ООО "Ленигрушка" [9] можно изготовить и забрать с собой в качестве сувенира ёлочную игрушку, ООО Императорский ювелирный дом "Русские самоцветы" [10] предлагает изготовить простое ювелирное украшение и т.п.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод о том, что посещение действующих производств будет востребовано в тех регионах, где уже имеется достаточное количество достопримечательностей в сфере промышленного туризма и есть определённый практический опыт организации подобного рода программ и туров, либо наоборот, в условиях регионов, ориентированных на развитие крупных производств, но не обладающих

значительным опытом в развитии промышленного туризма, требуется усиление информационно-аналитического сопровождения на данном сегменте туристского рынка [2].

Кроме того, при формировании методики информационно-аналитического сопровождения развития программ промышленного туризма, необходимо учитывать тот факт, что крупные предприятия нефтедобывающей, сталелитейной и иных видов тяжёлой промышленности скорее будут интересны посетителям, имеющим опыт работы в данной сфере, либо их посещение может быть связано с профессиональным ориентированием подростков и учащейся молодёжи. В последнем случае могут существовать ограничения по возрасту. Например, металлургические предприятия можно посещать только с 18 лет, что соответствует требованиям безопасности на промышленных объектах [3].

Актуальность развития информационных сервисов по бронированию экскурсий на предприятиях промышленного сектора заключается также в том, что, как правило, посещение заводов и фабрик не планируется и не воспринимается туристами как отдельный вид путешествия, а скорее является дополняющим посещение региона или соответствующей достопримечательности. Например, основная часть туристов, посещающих Сахалин, изначально ориентированы на природные достопримечательности, но их досуг можно разнообразить посещением ООО "Сахалинская Энергия". На данном предприятии туристам предлагают пройти по "заповедным" местам: увидеть действующие производственные площадки, проследить весь путь, как газ попадает в дома по всей России. На предприятии работают специалисты, которые рассказывают об истории предприятия, примерах карьерного роста среди простых рабочих, профессиях, которые необходимо освоить для работы в энергетической сфере и т.д. [11].

Как показывает практический опыт, в случае самостоятельного путешествия заинтересованному клиенту трудно найти и забронировать экскурсию на конкретное предприятие, так как даже на рассматриваемых выше акселераторах не всегда представлен полный спектр всех организаций, которые предлагают посещение своего производства. Как правило, они ограничиваются размещением информации на своём собственном сайте, не прибегая к услугам посредников, что создаёт значительные трудности в коммуникации с туристом и негативно отражается на потенциальном уровне спроса на программы промышленного туризма [7].

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

- причины технического характера (невозможность обеспечить безопасность туристов в процессе проведения экскурсии, устаревший цикл производства, отсутствие возможности доступа к отдельным стадиям технологического процесса и т.д.);
- причины экономического характера (отсутствие необходимых средств на оснащение имеющихся производственных помещений под запросы потенциальных туристов, необходимость дополнительных расходов, в том числе на информационную и рекламную поддержку проекта и т.д.);
- причины социального характера (неготовность технического и управленческого персонала к участию в программах промышленного туризма, несоответствие проектов требованиям внутреннего распорядка или принятым нормам организационной культуры и т.д.);
- причины психологического характера (неготовность руководителя или собственника предприятия к подобного рода диверсификации бизнеса, наличие сомнений относительно рентабельности проекта и его жизнеспособности в длительной перспективе).

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

Как уже было отмечено ранее, одной из проблем, остро стоящих на пути популяризации промышленного туризма в нашей стране, является закрытость с психологической точки зрения как самого руководства, так и коллектива предприятия. Информационный портал "promtourism.online" предпринимает определённые шаги для решения обозначенной проблемы, проводя опрос сотрудников предприятий с точки зрения выявления степени открытости компании, и составляя рейтинг самых открытых компаний с точки зрения организации туристской деятельности на их территории. По мнению авторов, широкое распространение результатов данных опросов среди российских компаний могло бы изменить отношение к идее организации программ промышленного туризма.

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

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

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

Резюмируя всё вышесказанное, необходимо отметить актуальность разработки и внедрения единой, многофункциональной системы информационно-аналитического сопровождения рынка промышленного туризма в России.

Список использованных источников

1. Антонен В.Г. Эффективность промышленного туризма и его влияние на социально-экономическое развитие региона // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2021. – № 21. – С. 5-14.
2. Гененко О.Н., Посохова Н.В., Бовкунова Ю.В., Кущенко Е.С. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 10. – С. 207-210.
3. Костиков А.К., Лихачёв Е.Н. Комплексная модель объектов промышленного туризма // Творчество и современность. – 2020. – № 1(12). – С. 27-34.
4. Официальный сайт "Портал о промышленном туризме в РФ" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promtourism.ru/> (дата обращения: 07.07.2023).
5. Официальный сайт "Всероссийский Акселератор по промышленному туризму" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promtourism.online/> (дата обращения: 07.07.2023).
6. Официальный сайт "Экстрагид – поиск по всему миру" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://extraguide.ru/> (дата обращения: 08.07.2023).
7. Официальный сайт "МТС – медиа" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://media.mts.ru/society/203455-industrialnyi-turizm/> (дата обращения: 08.07.2023).
8. Официальный сайт "Промышленный туризм в Санкт-Петербурге" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.visit-petersburg.ru/promtourism/lp/> (дата обращения: 09.07.2023).
9. Официальный сайт "Фабрика стеклянных ёлочных игрушек Ленигрушка" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenigrushka.ru/company/> (дата обращения: 09.07.2023).
10. Официальный сайт "Императорский ювелирный дом "Русские самоцветы" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russam.ru/about/> (дата обращения: 09.07.2023).
11. Официальный сайт "Сахалинская Энергия" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sakhalinenergy.ru/ru/> (дата обращения: 09.07.2023).
12. Официальный сайт "Сервис самостоятельного продвижения сайта" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://a.pr-cy.ru/promtourism.online/> (дата обращения: 07.07.2023).