



РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ И ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
СИБИРСКОЕ ОТДЕЛЕНИЕ
Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН

РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ И ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

*Материалы III международной научно-практической конференции
Иркутск (Россия), 22–26 сентября 2021 г.*

Иркутск
Издательство Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН
2021

P36

Рекреационная география и тренды развития туризма: материалы III международной научно-практической конференции (Иркутск, 22–26 сентября 2021 г.). – Иркутск: Изд-во Ин-та географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, 2021. – 297 с.

В настоящее время рекреационная география переживает особые времена. Мировой туристский «бум» приостановлен пандемией, выявил новые тренды, требующие актуальных методологических подходов. В материалах конференции отражены новые теоретические установки, опыт развития международного и внутреннего туризма, направления развития туризма на территориях с особыми условиями природопользования, прежде всего – в Байкальском регионе. Книга предназначена для широкого круга ученых и практиков, интересующихся проблемами туристской деятельности.

Recreational Geography and Tourism Development Trends: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference (Irkutsk, September 22–26, 2021), Irkutsk: Publishing house of the V.B. Sochava Institute of Geography SB RAS, 2021. – 297 p.

Recreational geography is passing through a special period. The global tourism boom was halted by the pandemic and revealed new trends that require up-to-date methodological approaches. The proceedings of the Conference contain new theoretical principles, experience in the development of international and domestic tourism, managing tourism in territories with special environmental conditions, primarily in the Baikal region. The book is intended for a wide range of scientists and practitioners interested in the problems of theory and organization of tourist activities.

Тексты публикуются в авторской редакции.

Сборник подготовлен при поддержке РФФИ и Правительства Иркутской области в рамках научного проекта № 20-45-380012 р. а.

The proceedings are published as edited by the authors.



Утверждено к печати Ученым советом Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН

ISBN 978-5-94797-393-8

© Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, 2021

6. Deville P., Linard C., Martine S., Gilbert M., Steven F., Gaughan A., Blondel V., Tatem A. Dynamic population mapping using mobile phone data // PNAS. 2014. Vol. 111 (45). Pp. 88-93. DOI: 10.1073/pnas.1408439111
7. Football Cup Visitors Analysis [электронный ресурс] // Habidatum. 2017. URL: <https://projects.habidatum.com/#football-cup-visitors-analysis/> (дата обращения: 25.02.2020).
8. Getz D. Event Management and Event Tourism. New York-Sydney-Tokyo: Cognizant Communication Corporation, 2005. 439 p.
9. Lu X., Bengtsson L., Holme P. Predictability of population displacement after the 2010 Haiti earthquake // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2012. Vol. 109 (29). Pp. 11576-11581. DOI: 10.1073/pnas.1203882109
10. RealTimeRome [электронный ресурс] // MIT. 2006 // URL: <http://senseable.mit.edu/realtimerome/> (дата обращения 20.01.2020).
11. Ruslani A., Madjida W.O.Z., Nugroho A.R.S. The Use of Mobile Positioning Data to Obtain Accommodation Statistics: Case Study of Indonesia / Asia-Pacific economic statistics week 2019. Bangkok. 2019. 19 p.
12. Versichele M., Neutens T., Goudeseune S., Bossche van F., Weghe V.de. W. Mobile Mapping of Sporting Event Spectators Using Bluetooth Sensors: Tour of Flanders Sensors // Sensors (Basel). 2012. Vol. 12 (10). Pp. 14196-14213.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВЫЙ ТРЕНД НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н.Л. Борисова¹, Н.В. Ястребова²

Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка, Республика Беларусь, г. Минск

¹*pacykailik@mail.ru*

²*YastrebovaNatalia@mail.ru*

INDUSTRIAL TOURISM AS A NEW TREND IN THE TOURIST MARKET OF THE REPUBLIC OF BELARUS

N.L. Borisova¹, N.V. Yastrebova²

Belarus state pedagogical University named after Maxim
Tank, Republic of Belarus, Minsk

¹*pacykailik@mail.ru*

²*YastrebovaNatalia@mail.ru*

The article discusses the features of industrial tourism in the Republic of Belarus on the example of the country's leading enterprises in the field of engineering and food industry. Examples of tourist services offered when visiting the Belarusian Automobile Plant (BELAZ), Minsk Tractor Plant (MTZ), the confectionery factories Kommunarka and Slodych are given. The potential of industrial tourism is considered both for promoting the Belarus tourist brand on the world market, and as one of the innovative forms of work introduced into the educational process at the Maxim Tank Belarusian State Pedagogical University in the preparation of geography teachers.

Промышленный туризм, как одно из направлений туристической деятельности, ориентирован на посещение промышленных объектов, являющихся лидерами в своей отрасли или же имеющими историческое значение для конкретной местности. Концепция данного направления начала активно развиваться в XX веке с винных туров во Францию, посещения сыроваров в Нидерландах и производства виски JackDaniel's в Теннесси (США).

В Республике Беларусь, как и в Российской Федерации, промышленный туризм в качестве самостоятельного направления начал формироваться только после распада СССР. В РФ пионером отрасли можно считать закрытый в 1987 году Нижнетагильский железодетальный завод, на базе которого в 1989 году был открыт завод-музей горнозаводской техники [4].

В 2015 году Ижевский автомобильный завод впервые внедрил новую форму работы: проведение Дней открытых дверей. Ежегодно данное мероприятие, включающее экскурсии по действующему производству, выставку современного модельного ряда LADA, осмотр ретро-автомобилей в музее завода, посещают от 20 до 30 тысяч человек [6].

В Республике Беларусь первопроходцем на рынке промышленного туризма стало ОАО «БЕЛАЗ» – управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ» – крупнейший мировой производитель карьерных самосвалов и транспортного оборудования для горнодобывающей и строительной промышленности [1].

Учитывая высокую конкуренцию и не совсем разработанный и разрекламированный на мировом туристическом рынке бренд «Беларусь», представленный в основном эко-/агро- и военно-патриотическим туризмом, ОАО «БЕЛАЗ», благодаря такому маркетинговому ходу, с одной стороны, представило новый образ страны, а с другой, обеспечило себе дополнительную рекламу.

С 15 июля 2015 года на предприятии реализуется проект промышленного туризма «БЕЛАЗ – бренд Беларуси». За это время предприятие посетили граждане более 20 стран мира, более 100 тысяч человек.

Перечень предоставляемых услуг учитывает возраст и интересы туристов: экскурсия по музею предприятия, посещение сборочного цеха сверхтяжёлых машин, фотосъёмка на площадке под открытым небом, где представлена вся линейка карьерных самосвалов и специальной техники «БЕЛАЗ», возможность осуществить тест-драйв самого популярного карьерного самосвала грузоподъёмностью 130 тонн, обязательный сувенир на память для каждого – маленький «БЕЛАЗИК» – копия первой модели самосвала, эксклюзивное предложение: фирменный обед от шеф-повара – «Обед Автозаводца» или чаепитие с пирожными в виде всё тех же «БЕЛАЗИКОВ» [1].

В январе 2017 году эстафету промышленного туризма подхватил «МТЗ-ХОЛДИНГ» – крупнейший производитель сельскохозяйственной техники не только в странах СНГ, но и во всём мире. В качестве своей отличительной особенности в сегменте промышленного туризма предприятие предлагает услугу «Собери трактор»: туристы могут принять участие в сборке классической модели МТЗ трактора BELARUS-82.1 мощностью 80 лошадиных сил с последующей выдачей сертификата, подписанного директором завода [5].

Тем не менее, невзирая на все выше перечисленные предложения, наибольший интерес у туристов вызывают экскурсии на предприятия пищевой промышленности. Это объясняется двумя причинами: во-первых, большинство данных предприятий расположено в городской черте, что упрощает логистику, а во-вторых, производимые продукты питания ближе к потребителям.

В данном туристическом сегменте Республика Беларусь представлена молочными и кондитерскими брендами.

Беларусь – один из крупнейших мировых экспортеров молочных продуктов, и каждый день узнаваемые бренды из всех регионов страны отправляются в десятки государств.

Молочные холдинги и заводы Беларуси производят огромный ассортимент: молоко разных видов, сливочное масло, сметану, кефир и другие знаменитые кисломолочные напитки, творог, йогурты и десерты, мороженое, сыры – от традиционных сортов до элитных и эксклюзивных. В списке легендарных брендов и белорусская сгущенка из Рогачева и Глубокого.

Конечно, производство молочных продуктов связано со строжайшим санитарно-гигиеническим контролем, особым температурным режимом, однако молочные компании Беларуси активно подключаются к идее промышленного туризма. Более доступны предприятия, где уже в процессе строительства или реконструкции спроектированы длинные стеклянные галереи для туристов, откуда открывается хороший вид на производство.

Кроме того, туристов ждут Туровский молочный комбинат, (Гомельская обл., Житковичский р-н, г. Туров), ОАО «Молочный Мир» в Гродно (г. Гродно), крафтовые сыры из Славгорода (Могилёвская обл., г. Славгород) [3].

Белорусские конфеты и шоколад, зефир, печенье и другие сладости, и, конечно, хлеб, к которому у белорусов особое отношение, известны далеко за пределами страны.

Несмотря на строгий контроль, тайну рецептов и технологий, кондитерские и хлебобулочные бренды Беларуси тоже начали открывать двери туристам.

Гостей принимают шоколадные бренды «Коммунарка» (г. Минск) и «Спартак» (г. Гомель), фабрика по производству печенья «Слодыч» (г. Минск), лидер рынка сухих завтраков и вафельных сладостей «Витьба» (г. Витебск), хлебозавод №6 (г. Минск), комбинат хлебопродуктов «Столичная мельница» (г. Минск), булочно-кондитерская компания «Домочай» (г. Могилёв) [2].

Так, вовремя экскурсий на кондитерские фабрики «Коммунарка» и «Слодыч» туристы не только смогут познакомиться с процессом изготовления кондитерских изделий: шоколада, конфет, печенья, но ещё и продегустировать продукцию, и получить подарок.

Кроме позиционирования страны на мировой арене промышленный туризм несёт в себе ещё и образовательную функцию.

Знакомство с предприятием подразумевает изучение географии промышленности страны, особенностей производственных процессов, факторов размещения и технико-экономических особенностей посещаемого производства, специфики сырьевой базы и рынков сбыта, а также производственных связей в отрасли.

Таким образом, туристы, сами того не подозревая, в непринуждённой обстановке в процессе экскурсии будут изучать предприятие по следующему плану:

- время и условия возникновения предприятия в данном месте;
- экономическая оценка географического положения на территории города, района по отношению к транспортным путям, сырьевой, топливно-энергетическим базам и жилым районам;

- специализация, изменения специализации на различных этапах развития и причины этих изменений;
- рабочие кадры, изменения численного состава, профессионального и образовательного уровня, повышение квалификации рабочих и рост производительности труда;
- технологический процесс производства, техническая оснащённость предприятия, механизация и автоматизация производственных процессов;
- сырьевая и топливно-энергетическая база предприятия;
- производственные связи по обеспечению его сырьём, топливом, электроэнергией, полуфабрикатами, рабочей силой, сбыт готовой продукции;
- перспективный план развития.

Потенциал промышленного туризма можно использовать не только с целью повышения конкурентоспособности и привлекательности Республики Беларусь на рынке туристических услуг, рекламы белорусских товаров и расширения кругозора туристов, но и как один из интерактивных методов при проведении семинарских занятий по дисциплинам «Физическая, экономическая и социальная география Беларуси», «Технико-экономические основы производства», преподаваемым будущим учителям географии в Белорусском государственном педагогическом университете имени Максима Танка.

Выстраивание образовательного процесса на основе компетентностного подхода и внедрение данных интерактивных методов проведения занятий, способствуют формированию у студентов специальных географических компетенций, единой географической картины мира, методологии комплексного изучения территории, ответственности за жизнь и безопасность как свою, так и окружающих.

Одним из таких методов, способствующих повышению качества знаний в области социально-экономической географии, является метод моделирования производственных процессов и ситуаций при посещении ведущих предприятий, предусматривающий имитацию реальных условий, конкретных специфических операций и соответствующего рабочего процесса.

Рассмотрим особенности внедрения данного метода в образовательный процесс и использование потенциала промышленного туризма Беларуси на примере уже перечисленных предприятий машиностроения и пищевой промышленности.

При рассмотрении темы «География машиностроения Беларуси» (в рамках изучения металлурга-машиностроительного комплекса) анализируются вопросы размещения предприятий по территории страны, их специализация, производственные процессы, изучается география поставок сырья и рынки сбыта готовой продукции.

Учитывая образовательную направленность экскурсий на «БЕЛАЗ» и «МТЗ», студенты не могут в полной мере воспользоваться всем пакетом предоставляемых туристических услуг этих предприятий. Однако, гибкий маркетинг, разработанный с учётом самых высоких требований рынка, позволяет студентам повторно посетить производства в рамках семейного или индивидуального туризма. Также стоит отметить, что данный вид услуг разработан и внедрён только на предприятиях машиностроения. В то время как предприятия пищевой промышленности проводят экскурсии для больших организованных групп (30-40 человек).

В рамках изучения комплекса по производству продуктов питания студенты посещают одного из крупнейших производителей кондитерских изделий в Республике Беларусь и странах СНГ – СОАО «Кондитерская фабрика «Коммунарка». Знакомятся с работой пяти основных кондитерских цехов (кондитерские цеха №1, №2, №3, карамельно-ирисный и шоколадный цеха), студенты изучают особенности и требования, предъявляемые к производству пищевых продуктов, специфику сырьевой базы и географию рынков сбыта. Находясь в цехах предприятия, студенты могут увидеть новые линии по производству серии шоколадной продукции «SweetDance» с наполнителем по технологии «Oneshot», оборудование по упаковке и расфасовке продукции [7].

Посещая ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» (крупный производитель на рынке печенья и мучных кондитерских изделий Беларуси), студенты могут изучить технологические особенности производства различных видов печенья: сахарного, натажного, удобного глазированного, диабетического, крекера [8].

Подводя итог, следует отметить, что промышленный туризм в Республике Беларусь только начинает набирать обороты, пробуя завоевать данный сегмент рынка, а его потенциал: познавательному, образовательному, брендовому ещё предстоит раскрыться.