

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НАЦИОНАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ТУРИЗМУ»**

Ю. П. Дыленок, С. В. Сидорович

**Методические рекомендации
по разработке и проведению экскурсий
на предприятиях
и промышленных объектах**

Минск
«Белтаможсервис»
2022

УДК 379.822:658(476)(083.13)

ББК 77(4Бел)

Д87

*Методические рекомендации по разработке и проведению
экскурсий на предприятиях и промышленных объектах
разработаны по заказу государственного учреждения
«Национальное агентство по туризму».*

В методических рекомендациях дана общая характеристика и рассмотрены основные понятия промышленного туризма, описан алгоритм разработки технологической карты и контрольного текста производственных экскурсий.

Издание адресовано специалистам на производственных предприятиях, которые занимаются разработкой и проведением экскурсий, а также студентам туристских специальностей.

Производственно-практическое издание

Дыленок Юлия Петровна
Сидорович Сергей Вячеславович

**Методические рекомендации по разработке и проведению
экскурсий на предприятиях и промышленных объектах**

Компьютерная верстка и дизайн Е. А. Жучкевич. Корректор И. И. Бандурина.

Подписано в печать 24.03.2022. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Усл. печ. л. 5,12. Уч.-изд. л. 2,99. Тираж 200 экз. Заказ 09/2022.

Издатель и полиграфическое исполнение:

республиканское унитарное предприятие «Белтаможсервис».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/152 от 24.01.2014.

Ул. Чичерина, 19, 220029, г. Минск.

www.beltamozjizdat.by



ISBN 978-985-7004-70-6

© ГУ «Национальное агентство по туризму», 2022

© Оформление. РУП «Белтаможсервис», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Раздел 1. Промышленный туризм: общая характеристика и основные понятия	6
Раздел 2. Методические рекомендации по разработке и проведению производственных экскурсий	8
2.1. Определение целей, задач производственной экскурсии и целевой аудитории	8
2.2. Отбор объектов и формирование маршрута экскурсии на предприятии	9
2.3. Составление технологической карты и контрольного текста экскурсии	14
2.4. Комплектование «портфеля экскурсовода»	37
2.5. Описание необходимых технических средств (аудиогиды, радиогиды, громкоговорители и т. д.)	41
Раздел 3. Методика проведения производственных экскурсий	44
3.1. Этапы подготовки и основные требования к проведению производственной экскурсии.....	44
3.2. Использование приемов показа в производственной экскурсии	62
3.3. Использование приемов рассказа в производственной экскурсии.....	68
Раздел 4. Описание и использование интерактивных (вспомогательных) форм при организации экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные программы и др.	76
Раздел 5. Техника безопасности при проведении производственных экскурсий	79
Заключение	85
Список использованной литературы	87
Приложение	88

ВВЕДЕНИЕ

Туристическая отрасль в Республике Беларусь, как и другие сферы, находится в постоянном развитии и поиске новых видов услуг. В свое время одним из нововведений стала организация экскурсионных маршрутов на ведущие промышленные предприятия, что сделало возможным появление такого направления, как промышленный туризм. Это понятие включает в себя посещение широкого спектра туристических объектов, таких как заводы, фабрики, корпоративные музеи и архивы, банки, шахты, торговые палаты и другие центры экономической деятельности.

Причем последние несколько лет промышленный туризм активно развивается. Для туристов уже открыли свои двери БЕЛАЗ, МТЗ, стеклозавод «Нёман», пивзавод «Аливария», кондитерская фабрика «Коммунарка», Туровский молочный комбинат, Минский завод безалкогольных напитков и другие белорусские предприятия.

В чем секрет популярности? Главная причина заключается в изменении запросов экскурсантов/туристов. Сегодня уже недостаточно просто прогуляться по городу и осмотреть памятники архитектуры — современный путешественник стремится получить как можно больше впечатлений от тура, а посещение промышленных предприятий, особенно заводов-гигантов, позволяет разнообразить досуг и получить новые знания.

Развитие промышленного туризма интересно и предприятиям: таким образом они получают возможность рассказать о производстве, технологиях, методах работы и корпоративной культуре. Кроме того, это один из способов общения с потенциальными клиентами. Проведение экс-

курсий особенно популярно как часть деловой программы различных правительственных и бизнес-делегаций.

Промышленный туризм является одним из направлений туристического движения, способом продвижения брендов и территорий. Несмотря на то, что в большинстве случаев предприятия самостоятельно определяют условия и возможности проведения экскурсий, существуют общие черты в организации промышленных туров.

Актуальность данных материалов связана с тем, что они дают четкие рекомендации по организации экскурсий на промышленные предприятия, модели их организации, пример контрольного текста конкретной экскурсии «МТЗ – флагман белорусской промышленности».

Цель методических рекомендаций – увеличение количества предприятий, оказывающих услуги по промышленному туризму, повышение качества экскурсионного обслуживания, интеграция потенциала данного вида услуг в туристическую и промышленную отрасли.

Задачи данного материала:

- обобщить и систематизировать имеющиеся разрозненные документы и опыт, связанные с организацией промышленного туризма;
- отразить основные вопросы по развитию туристических услуг на предприятиях и дать на них ответы;
- выработать методические рекомендации для предприятий и организаций, а также персонала, который будет заниматься развитием данного направления.

РАЗДЕЛ 1

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ: ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ

В Республике Беларусь промышленный туризм является сравнительно новым видом туристических услуг. В то время как мировая история уходит корнями в 1866 год, когда для туристов открыл двери завод Jack Daniel's, белорусским первопроходцем в данной сфере стал стеклозавод «Нёман», в 1980-х предложивший посетителям более подробно ознакомиться с производством стекольных изделий. Причем тогда это был скорее единичный случай. Активнее тема промышленного туризма стала развиваться только в середине 2010-х вместе с открытием для туристов таких промышленных гигантов, как БЕЛАЗ и МТЗ.

В настоящее время услуги промтуризма в Республике Беларусь оказывают более 50 предприятий, и их количество постоянно растет. Росту популярности способствует изменение запросов современных туристов, которые хотят получить максимум впечатлений от тура, поэтому совмещают традиционный осмотр достопримечательностей с посещением индустриальных объектов. Кроме того, промышленный туризм позволяет посетителю получить новые знания, что также входит в матрицу запросов путешественника. Предприятие получает возможность рассказать о производстве, технологиях, продукции, методах работы и внутренней жизни.

Промышленный туризм – организованное посещение действующих предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей. Основной формой промышленного туризма является

промышленная экскурсия, то есть посещение определенных объектов, таких как фабрики, заводы, комбинаты и т. д., по заранее разработанному маршруту со специальным руководителем — экскурсоводом.

По количеству одновременно посещаемых объектов промышленный туризм делится на:

- разовые экскурсии (организованное групповое посещение одного промышленного предприятия с познавательными целями);
- тематические туры (организованные групповые поездки с посещением двух и более предприятий одного региона, производства которых представляют интерес в рамках темы тура).

По целям воздействия на аудиторию промышленный туризм бывает:

- познавательным (туристы пополняют знания о предприятиях, технологиях, инновациях);
- профориентационным (главной целью является знакомство с профессиями, специалистами и условиями их труда);
- деловым (организуется в ходе бизнес-поездки для завязывания новых контактов, заключения договоров, обмена опытом и т. д.);
- имиджевым (через знакомство аудитории с производством и продукцией происходит формирование положительного восприятия, создание позитивного образа).

При организации промышленных экскурсий следует обращать внимание на **возрастные категории экскурсантов**. Так, целью проведения туров для школьников является профессиональная ориентация, удовлетворение познавательных потребностей. Студентов важно ознакомить с научно-техническим потенциалом и технологическим процессом, а также показать преимущества работы на предприятии. Людям зрелого возраста интересен процесс выпуска продукции и ее качество.

РАЗДЕЛ 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И ПРОВЕДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ

2.1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ, ЗАДАЧ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Создание на предприятии такого направления деятельности, как промышленный туризм, на первоначальном этапе требует формулировки целей и задач производственных экскурсий, а также определение целевой аудитории.

Основными целями промышленных предприятий, создающих туристический продукт, являются:

- формирование позитивного, привлекательного имиджа бренда и лояльности к выпускаемой продукции в частности, а также отрасли и страны в целом;
- увеличение продаж;
- повышение инвестиционной привлекательности;
- развитие внутрикорпоративной культуры;
- создание задела для пополнения кадрового резерва;
- популяризация рабочих профессий.

Задачи производственных экскурсий исходят из целей, которые ставят перед собой организаторы. Как правило, это набор конкретных действий, среди которых:

- знакомство с историей развития предприятия;
- показ производственных мощностей и технологий создания продукции;
- посещение отдельных цехов и участков;
- демонстрация уровня организации труда, коллективной работы и трудовых традиций;

- расширение представлений целевой аудитории о профессиях, востребованных на предприятии.

Еще одной важной составляющей успешности создания туристического продукта выступает целевая аудитория – потенциальные потребители услуги. Промышленный туризм охватывает практически все возрастные категории, так как в равной степени может быть интересен как школьникам и студентам, так и людям среднего возраста и старше.

В зависимости от возраста можно выделить следующие группы целевой аудитории промышленного туризма:

- школьники (9–16 лет);
- студенты (17–25 лет);
- взрослые (26 лет и старше).

Также целевую аудиторию можно разделить по цели посещения промышленного предприятия:

- развлекательная;
- научно-познавательная;
- деловая.

Кроме того, аудиторию можно разделить на белорусских и иностранных туристов.

2.2. ОТБОР ОБЪЕКТОВ И ФОРМИРОВАНИЕ МАРШРУТА ЭКСКУРСИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

По роли в экскурсии *основных объектов* раскрываются ее подтемы, показ дополнительных объектов, как правило, осуществляется при переходах (переездах).

Экскурсионные объекты различаются:

- *по содержанию*: одноплановые (произведение живописи, растения, здания) и многоплановые (архитектурные сооружения, исторические памятники, промышленные предприятия);

- *по функциональному назначению*: основные (являются базой для раскрытия подтем) и дополнительные (показывают во время переездов (переходов) между основными объектами как логическую связку в рассказе);

- *по степени сохранности*: полностью сохранившиеся, дошедшие до наших дней со значительными изменениями, частично сохранившиеся, утраченные.

Критерии оценки объектов, включаемых в экскурсию:

- *познавательная ценность* — связь объекта с конкретным историческим событием, определенной эпохой, жизнью и творчеством известного деятеля науки и культуры, художественные достоинства памятника, возможность их использования в эстетическом воспитании участников экскурсии;

- *известность объекта* — его популярность среди населения (не совсем применим для экскурсий на закрытых территориях предприятий и организаций);

- *необычность (экзотичность) объекта* — особенность, неповторимость памятника истории и культуры, здания и сооружения, может иметь природный характер;

- *выразительность объекта* — то, как он вписывается в окружающий фон, другие здания, природу;

- *сохранность объекта* определяется его готовностью к показу;

- *местонахождение объекта* — то, насколько далеко он находится по отношению к другим объектам, есть ли возможность подъезда к нему, наличие площадки для расположения группы с экскурсоводом;

- *временное ограничение показа объекта* — когда посещение и осмотр объекта приходится отменять из-за плохой видимости, сезонных ограничений, ухудшения погоды.

Отбор объектов при создании экскурсии автор ведет, постоянно сверяя свои материалы с темой. Однако мало

отобрать объект по теме, надо найти конкретный материал, на котором эта тема будет раскрыта с наибольшей полнотой и убедительностью.

В ходе разработки новой экскурсии составляется перечень книг, брошюр, статей, которые раскрывают тему. В перечне называются автор, название, год издания, а также главы, разделы, страницы.

В качестве источника могут быть использованы воспоминания участников и очевидцев исторических событий. Однако при использовании мемуарных материалов во избежание неточностей и тенденциозности следует проявлять осторожность. Для рассказа должны быть отобраны только достоверные, тщательно проверенные факты и сведения. Значительную помощь в поиске и систематизации материала экскурсий могут оказать компьютерные энциклопедии, в том числе мультимедийные базы данных.

Экскурсионные объекты составляют тот познавательный материал, который является зрительной основой в раскрытии темы, главный аргумент в доказательствах экскурсовода.

Правильный отбор объектов, их количество, последовательность показа оказывают влияние на качество экскурсии. Сочетая методику показа и рассказа, используя оптимальные методические приемы, экскурсовод привлекает внимание экскурсантов к объекту, заставляя изучать его.

Экскурсия не должна быть перегружена большим количеством посещаемых объектов, так как это увеличивает ее длительность и вызывает утомляемость экскурсантов, а внимание и интерес при этом ослабевают.

В экскурсию могут входить объекты как одной группы (например, памятники архитектуры), так и нескольких групп (памятные места, исторические памятники, жилые здания, природные объекты).

Основные требования, которые должны быть учтены составителем маршрута, — организация показа объектов в логической последовательности и обеспечение зрительной основы для раскрытия темы.

Маршрут экскурсии — наиболее удобный путь следования группы экскурсантов, показывающий отобранные экскурсионные объекты в логической последовательности и дающий зрительную основу для раскрытия темы экскурсии.

Маршрут прокладывается в зависимости от выбранной последовательности осмотра объектов, наличия путей для подъезда (подхода) экскурсантом или группой экскурсантов и площадки для расположения группы с учетом безопасности экскурсантов.

Существует три варианта построения маршрутов:

- *по хронологическому принципу* — на нем строятся экскурсии, посвященные жизни и деятельности выдающихся людей;
- *по тематическому принципу* действует в экскурсиях, связанных с раскрытием определенной темы из жизни города, региона;
- *по тематико-хронологическому принципу* построены все обзорные городские экскурсии, где изложение материалов по хронологии идет при раскрытии каждой подтемы.

Правила построения маршрута:

- показ объектов осуществляется в намеченной логической последовательности, следует избегать повторных проходов (проездов) по одному и тому же участку маршрута;
- изучаемые объекты не должны располагаться слишком близко друг к другу, заслонять один другой или контрастировать; объект должен быть доступен для осмотра (наличие площадки для его осмотра);
- переход (переезд) между объектами должен укладываться в 10–15 минут, чтобы избежать значительных пауз в показе и рассказе;

- следует учитывать необходимость благоустроенных остановок, в том числе санитарных, и мест парковки транспортных средств.

Рекомендуется иметь несколько вариантов движения группы на момент проведения экскурсии, так как необходимость изменения маршрута может быть вызвана ремонтными работами или другими факторами.

После того как маршрут составлен, проводится его обход (объезд), который выполняет следующие задачи:

- знакомство с планировкой улицы, по которым пройдет маршрут экскурсии;
- уточнение местоположения экскурсионных объектов и мест предполагаемой остановки пешеходной группы / экскурсионного автобуса;
- освоение подъезда на автобусе (подхода) к объектам / местам стоянок;
- уточнение хронометража показа объектов, их словесной характеристики и передвижения пешеходной группы (автобуса), а также продолжительности экскурсии в целом;
- проверка целесообразности использования намеченных объектов показа;
- выбор лучших точек для показа объектов и варианты расположения экскурсионной группы для наблюдения за ними;
- определение методики ознакомления с наилучшими точками;
- в целях безопасности передвижения туристов по маршруту выявление потенциально опасных мест и принятие мер;
- определение мест входа в производственные цехи, а также выходов и аварийных (эвакуационных) выходов из них.

2.3. СОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КАРТЫ И КОНТРОЛЬНОГО ТЕКСТА ЭКСКУРСИИ

Технологическая карта экскурсии (методическая разработка) – технологический документ, определяющий логическую последовательность осмотра достопримечательных объектов на маршруте. Включает пространственно-временные характеристики отдельных этапов экскурсии (продолжительность, протяженность, месторасположение остановок, точек обзора и пр.), основные творческие задачи экскурсовода на каждом этапе.

Технологическая карта экскурсии представляет собой итоговый документ, который составляется в конце творческого процесса по созданию экскурсии перед последним его этапом – сдачей приемной комиссии во время проведения пробной экскурсии. В ней указываются тема, цель, задачи экскурсии, оптимальный вариант маршрута, его протяженность и продолжительность, объекты показа, места остановок, подтемы, организационные и методические указания, методические приемы показа и рассказа, которыми должен пользоваться экскурсовод в своем рассказе. Технологическая карта показывает, как результативнее и на конкретных объектах донести содержание экскурсии до экскурсантов/туристов.

Контрольный текст экскурсии – технологический документ, включающее научное, актуализированное содержание информации, предоставляемой экскурсантам. На основе контрольного текста экскурсовод составляет индивидуальный текст, отображающий особенности и возможности экскурсовода и отвечающий интересам конкретных экскурсантов.

Индивидуальный текст экскурсии – один из двух текстов экскурсии, который составляется на основе контроль-

ного текста, но с учетом последовательности показа объектов на маршруте и индивидуальных особенностей самого экскурсовода.

После утверждения маршрута приступают к составлению контрольного текста экскурсии. Главная задача экскурсии — раскрыть ее тему, зрительно иллюстрируемую объектами экскурсионного показа, а также ее подтемы.

Требование к тексту:

- краткость;
- четкость формулировок;
- необходимое количество фактического материала;
- наличие информации по теме;
- полное раскрытие темы;
- литературный язык.

Содержание материала любой экскурсии, форма представления экскурсионного материала и показ объектов строятся на основе требований логики — науки о законах и формах, в которых протекает человеческое мышление. К числу логических законов относятся: определенность, непротиворечивость, последовательность, обоснованность. Логические приемы — сравнение, анализ, синтез, абстрагирование и обобщение.

При создании экскурсии следует учитывать действие **основных законов мышления:**

- тождества;
- противоречия;
- исключенного третьего;
- достаточного основания.

Закон тождества выражается в том, что в рассказе экскурсовода о каком-либо объекте (событии или явлении) данный объект не должен подменяться другим, чтобы понятия в рассказе не имели разного смысла.

Закон противоречия требует, чтобы в ходе рассказа об объекте последний не рассматривался как нечто отличное от того, что он собой представляет (две противоположные мысли не могут быть истинными в одно и то же время, если они относятся к одному и тому же предмету или явлению и по своему содержанию противоречат друг другу).

Закон исключенного третьего говорит о том, что между утверждением и отрицанием чего-либо нет ничего третьего. Если одна мысль утверждает, другая — отрицает, то истинным является одно из этих мнений, а не какая-то третья мысль.

Закон достаточного основания требует, чтобы всякая мысль была обоснованной. Только при этом условии она может быть признана истинной [3, с. 34].

Под **логическим переходом** в рассказе экскурсовода понимается своеобразный «мостик», который соединяет между собой части показа и рассказа, вопросы и подтемы в общую тему. В зависимости от темы логические переходы между одними и теми же объектами будут различны.

Назначение логического перехода в экскурсии:

- установить связь между подтемами применительно к экскурсионному объекту;
- объединить многоплановое содержание экскурсии в единое целое;
- согласовать по смыслу последующее содержание экскурсии.

Длительность логического перехода обычно равна по времени переходу (переезду) группы от объекта к объекту, но она может быть и больше, и меньше.

При подготовке экскурсии составляются 2 вида текста:

- **контрольный**, являющийся основой для всех экскурсий по данной теме;

- **индивидуальный**, отображающий особенности и возможности экскурсовода, отвечающий интересам конкретных экскурсантов.

Контрольный текст содержит хронологическое изложение материала, соответствует государственной концепции истории, является тщательно подобранным и выверенным по источникам, что обеспечивает объективную оценку показываемых объектов и событий, связанных с ними.

Помимо материалов для рассказа экскурсовода, в контрольный текст экскурсии включают материалы, которые должны составить содержание вступительного слова и заключения, а также логических переходов. Цитаты, цифры и примеры сопровождаются ссылками на источники. Используя положения и выводы, которые содержатся в контрольном тексте, экскурсовод строит свой *индивидуальный текст*.

Независимо от темы, вида и формы проведения схема всех экскурсий состоит из:

- вступления;
- основной части;
- заключения.

Вступление состоит из двух частей:

- *организационной* (знакомство с экскурсионной группой и инструктажа о правилах безопасности в пути и поведения на маршруте);
- *информационной* (краткое сообщение о теме, протяженности и продолжительности маршрута, времени отправления и прибытия назад, санитарных остановок и месте окончания экскурсии).

Основная часть строится на конкретных экскурсионных объектах, которые помогают раскрыть содержание

темы экскурсии; сочетании показа и рассказа. Ее содержание состоит из нескольких подтем, которые должны быть раскрыты на объектах и объединены темой.

Заключение также не связано с экскурсионными объектами и состоит из двух частей:

- итог основного содержания экскурсии, вывод по теме, реализующей цель экскурсии;
- информация о других экскурсиях, которые могут расширить и углубить данную тему.

Контрольный текст экскурсии излагается литературным языком, а индивидуальный – языком, близким к разговорному.

ПРИМЕР РАЗРАБОТКИ ЭКСКУРСИИ «МТЗ – флагман белорусской промышленности»

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ЭКСКУРСИИ

Вид экскурсии: тематическая, производственная, пешеходная.

Продолжительность экскурсии: 2 академических часа (или 1,5 астрономического). Из них 1,2 часа непосредственного ведения экскурсии, 0,8 часа сопровождения.

Протяженность маршрута: 2,5 км.

Автор-составитель: И. И. Ивановский

Содержание экскурсии:

- знакомство с историей становления и развития Минского тракторного завода;
- предоставление возможности увидеть здания, где производят всемирно известные тракторы BELARUS;
- демонстрация процесса производства тракторной техники.

Цель экскурсии:

- формирование положительного имиджа предприятия;
- развитие корпоративной культуры внутри предприятия;
- профориентационная работа со школьниками;
- популяризации рабочих профессий;
- знакомство с современным производством.

Задачи экскурсии:

- познакомить с флагманом белорусской промышленности – Минским тракторным заводом;
- расширить и углубить знания о производственном процессе;
- продемонстрировать возможности крупнейшего в Беларуси промышленного производства.

Маршрут экскурсии:

город Минск, улица Долгобродская, 35 (место приема экскурсантов/туристов) – территория ОАО «МТЗ» (проспект Тракторостроителей – проспект Конструкторский – улица Технологическая – улица Термическая – площадь Выставочная) – улица Долгобродская, 35.

Методические указания:

- экскурсовод обязан быть в курсе жизни ОАО «МТЗ»;
- объем материала необходимо давать с учетом особенностей группы, умело подбирать соответствующие приемы показа и рассказа;
- не следует злоупотреблять большим количеством дат, цифр;
- не стоит использовать аббревиатуры и профессиональную лексику, принятые в ОАО «МТЗ» и понятные только работникам этого предприятия;
- необходимо иметь при себе «портфель экскурсовода».

Организационные указания:

- необходимо предупредить группу, что на ОАО «МТЗ» действуют те же Правила дорожного движения, что и в городе. Переходить дорогу необходимо по пешеходным переходам и передвигаться по тротуарам;
- при проведении экскурсии со школьниками не стоит соглашаться на просьбу учителя (сопровождающего) на посещение объектов без его присутствия;
- нужно информировать экскурсантов/туристов, особенно детей, о правилах посещения структурных подразделений ОАО «МТЗ»;
- при возвращении экскурсантов/туристов к месту их приема необходимо напомнить о возврате бейджей, светоотражающих жилетов. Также нужно напомнить, чтобы они не забывали вещи в камере хранения;
- по окончании экскурсии рекомендуется предложить экскурсантам/туристам приобрести сувениры на память.

Маршрут экскурсии	Место остановки	Объекты	Время (мин.)	Основное содержание экскурсии. Перечень подтем и вопросов	Организационные указания	Методические указания
Здание Музейно-промышленного центра трудовой славы МТЗ (г. Минск, улица Дологобродская, 35)	–	–	7	Вступление	Введение к теме экскурсии дать на месте приема группы. Во вступлении сказать, с чего начнется экскурсия	Установить контакт с группой (туристом), вводное слово должно быть динамичным и кратким
Здание Музейно-промышленного центра трудовой славы МТЗ – площадь Выставочная	Пеший переход	Площадь Выставочная	10	Рассказ об истории места, первых годах предприятия	Показать исторические фотографии цехов	
Площадь Выставочная – механосборочный цех № 3	Перекресток проспекта Тракторостроителей и улицы Термической	Механосборочный цех № 3 и механический цех № 1	7	Рассказ о первой тракторной технике	Показать фотографии первой выпущенной тракторной техники и первых двигателей	
Механосборочный цех № 3	Перекресток проспекта Тракторостроителей и улицы Пресовой	–	7	Рассказ о социальной сфере ОАО «МТЗ»	Показать расположение заводской автоматической телефонной станции	

Маршрут экскурсии	Место остановки	Объекты	Время (мин.)	Основное содержание экскурсии. Перечень подтем и вопросов	Организационные указания	Методические указания
Механосборочный цех № 3 – цех опытного производства 1	Цех опытного производства 1	Прессовый цех, механический цех № 1, цех опытного производства 1	7	Рассказ о первой тракторной технике конструкции МТЗ	Показать фотографии тракторов МТЗ-2, МТЗ-5, МТЗ-7, МТЗ-50 и МТЗ-80/82	
Проспект Тракторостроителей – проспект Конструкторский	Корпус сборки тракторов	Корпус сборки тракторов	15	Рассказ о корпусе сборки тракторов	Демонстрация двух конвейеров по сборке тракторов, свободное время	
Корпус сборки тракторов	Входная группа корпуса сборки тракторов	–	7	Рассказ о миллионных тракторах, выпущенных МТЗ	Показать фотографии миллионных тракторов	
Проспект Конструкторский – улица Технологическая – улица Термическая	Механический цех № 5	Механический цех № 5	15	Рассказ о механическом цехе № 5 и его производстве	Демонстрация производства валов и шестеренок	

Маршрут экскурсии	Место остановки	Объекты	Время (мин.)	Основное содержание экскурсии. Перечень подтем и вопросов	Организационные указания	Методические указания
Улица Технологическая – улица Термическая – площадь Выставочная	Площадь выставочная	Готовые образцы выпускаемой техники ОАО «МТЗ»	10	Рассказ о выпускаемой технике ОАО «МТЗ»	Демонстрация техники, предоставляется возможность посетить в кбинах тракторов	
Площадь Выставочная – сквер «70 лет МТЗ»	Сквер «70 лет МТЗ»	Объекты, расположенные в сквере (фонтан, памятник В. И. Ленину, постамент с первенцем МТЗ)	7			
Сквер «70 лет МТЗ» – Музейно-промышленный центр трудовой славы МТЗ	–	–	–	Окончание экскурсии	Сдача бейджей, светоотражающих жилетов	

КОНТРОЛЬНЫЙ ТЕКСТ ЭКСКУРСИИ «МТЗ – ФЛАГМАН БЕЛОРУССКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

В истории каждой страны есть предприятия и бренды, которые являются ее неотъемлемой частью и по которым ее узнают во всем мире. Для Беларуси это Минский тракторный завод и его трактор BELARUS. Предприятие, созданное в 1946 году на руинах авиационного завода, прошло путь от простого плуга до 500-сильного трактора, от мини-техники до специальных машин.

Сегодня ОАО «МТЗ» – это производство полного цикла, собственный научно-технический центр, более сотни различных видов техники с разнообразной комплектацией. Высокое качество, широкий ассортимент и доступные цены сделали Минский тракторный завод одним из ведущих поставщиков сельскохозяйственной техники в мире.

Минский тракторный завод в настоящее время расположен на территории Антониевского урочища, названного по имени архиепископа Антония Зубко. Он поселился здесь, на окраине Минска в сосновом лесу у самой Свислочи, в 1847 году. Построил дом и церковь.

Позже урочище под Минском стало резиденцией архиепископа Минского и Туровского, главы местной епархии. Новый статус – новое название: Архиерейская роща.

Во время Первой мировой войны на базе резиденции работал санаторий. В 1920-е в урочище построили аэродром, в 1930-е здесь расположились воинские части.

В 1940 году Архиерейская роща стала строительной площадкой – здесь планировалось возвести крупнейший в СССР авиационный завод. Предполагаемая мощность – 300 тяжелых бомбардировщиков в год! Причем дать результат он должен был в кратчайшие сроки: на строительство

и освоение производственных мощностей руководству республики было отведено 365 дней.

Запуск завода № 453 Народного комиссариата авиационной промышленности СССР был намечен на ноябрь 1941 года. Но Великая Отечественная война оборвала сверхскоростную стройку. Три военных года гитлеровцы использовали цехи недостроенного завода для ремонта своих транспортных самолетов.

Отступая из освобождаемого Минска, немецкие войска разрушили производственные площади завода № 453 на 40 %, бытовые — почти полностью. На территории не было ни отопления, ни водо- и электроснабжения. Тем не менее было принято решение о возобновлении деятельности авиационного завода: его определили как цех окончательной сборки самолетов Як-9, узлы для которых производились на предприятиях в Сибири.

В тяжелейших условиях полуразрушенного производства завод № 453 выпустил 382 самолета Як-9. Причем по скорости, маневренности, дальности полета и вооружению боевые машины превосходили все серийные немецкие истребители.

А вот новый заказ на изготовление 15 комплектов хвостового оперения бомбардировщика Ту-2 завод № 453 выполнить не успел. Победа СССР в Великой Отечественной войне стала причиной смены профиля — руководство страны переориентировало авиазавод на изготовление товаров народного потребления: металлических столов, кроватей, деревянных тумбочек. На этом история самолетостроения завода № 453 закончилась. И началась история Минского тракторного завода.

Кстати, решение о создании МТЗ было принято в поезде. 16 июля 1945 года в Минске остановилась

правительственная делегация СССР, направлявшаяся в Германию на Потсдамскую конференцию стран-победительниц во Второй мировой войне. Делегацию возглавлял Председатель Совета Министров Иосиф Сталин. Встречал высоких гостей глава правительства БССР Пантелеймон Пономаренко. Прямо в вагоне поезда он предложил Сталину на месте разрушенного завода № 453 возвести тракторный завод.

Решение о строительстве Минского тракторного завода было принято постановлением Совета Министров СССР от 29 мая 1946 года № 1142. Но решить построить – не значит построить. МТЗ возводился на площадях бывшего авиационного завода № 453 – фактически на руинах. После войны не осталось почти ничего: ни пригодных для производства помещений, ни электро-, тепло- и водоснабжения, ни складских и вспомогательных построек, ни жилья для работников. При этом параллельно со стройкой нужно было заниматься закупкой и установкой оборудования, организацией технологического процесса сборки тракторов. А еще кадровый вопрос: найти адекватную рабочую силу в послевоенное время – задача со звездочкой. В Минск на возведение будущего машиностроительного гиганта приезжали со всего Советского Союза, но этого все равно было недостаточно для стройки такого масштаба.

Тем не менее дело шло. Пусть и не семимильными шагами, но верно. Когда в 1947 году поступил первый государственный заказ на изготовление болотного плуга 2ПФ-55, строительство было в самом разгаре. И заводчанам ничего не оставалось, как двигаться параллельными прямыми: строить завод и производить продукцию.

В 1948 году заработали инструментальный и моторный цехи. К 31-й годовщине Октябрьской революции

коллектив цеха пусковых моторов собрал первый двигатель ПД-10. Параллельно осваивалось производство дизель-мотора.

Кстати, строились не только производственные корпуса, но и социальные объекты. К концу 1949 года для заводчан возвели 26 жилых домов общей площадью более 15 тыс. м². Также открылись клуб, детский сад и прачечная.

В 1950-м были введены в эксплуатацию прессовый, ремонтно-механический, ремонтно-литейный цехи, сдан под монтаж оборудования чугунолитейный. В инструментальном был устроен временный конвейер, где 4 ноября начался серийный выпуск трактора КД-35 – первой машины, произведенной на Минском тракторном заводе.

Можно ли сказать, что к этому моменту строительство завода закончилось? Самые основные работы, пожалуй, были сделаны. Но не было такого года, чтобы на МТЗ не вводились в эксплуатацию новые объекты или новое оборудование. И процесс этот продолжается по сей день.

24 марта 1948 года в ремонтно-механическом цехе Минского тракторного завода начали собирать болотный плуг 2ПФ-55 – главнейший из агрегатов для БССР, где за пятилетку планировали осушить и ввести в сельхозоборот 270 тыс. га болот и заболоченных земель.

Перед Минским тракторным заводом была поставлена задача к весенне-полевым работам 1948 года собрать 150 плугов 2ПФ-55 для Минской области. Она была перевыполнена почти вдвое.

Болотный плуг 2ПФ-55 создан конструктором Константином Фомичевым в 1947 году. Рассчитан для работы с тракторами СХТЗ-НАТИ и КД-35, производившимися в СССР. Вспахивал землю на глубину 30–35 см (для сравнения: обычные плуги пахали не глубже 20 см). Делал полный,

на 180°, оборот пласта. Он был более прочным по сравнению со своими предшественниками и подходил для особо тяжелых условий работы на болоте, где при вспашке часто встречаются скрытые корчи, погребенный лес, корневища растений. К маю 1948 года на МТЗ были собраны 292 болотных плуга 2ПФ-55.

Первым трактором был гусеничный «Кировец КД-35». Предназначался для выполнения работ общего назначения с прицепными сельскохозяйственными машинами и орудиями: плугом, дисковыми и другими боронами, сеялками. Серийный выпуск начался 4 ноября 1950 года.

КД-35 был оснащен 4-цилиндровым двигателем мощностью 37 л. с. Диапазон скоростей позволял применять его на самых разнообразных работах. В тракторе был предусмотрен принцип агрегатной смены узлов. К тому же он был значительно экономичнее аналогов: на 1 га пахоты при средних условиях КД-35 расходовал 13 кг топлива, тогда как колесный трактор СХТЗ при тех же условиях требовал 22 кг. Топливный бак вмещал горючего на 10 часов бесперебойной работы. Существенно отличалось и тяговое усилие: на 2,5 т больше, чем у СХТЗ.

Газогенераторный КТ-12 — специальный гусеничный трактор, предназначенный для трелевки леса. Машина отличалась высокой производительностью в условиях полного бездорожья, могла передвигаться по лесосеке независимо от времени года и состояния грунта.

Первая партия сошла с главного конвейера тракторосборочного цеха МТЗ 15 августа 1951 года. Предприятие стало единственным в СССР заводом по производству трелевочных тракторов. Кстати, аналогов этой машине не было ни в одной стране мира. На МТЗ трелевочный трактор КТ-12 выпускался до мая 1956 года.

КТ-12 создали конструкторы ленинградского завода имени С. М. Кирова совместно с учеными Ленинградской лесотехнической академии. Выпускался на Кировском заводе до 1951 года. Потом было принято решение наладить его выпуск на Минском тракторном. На организацию производства было отведено всего 3 месяца.

Экспериментальный образец «Беларусь» модификации МТЗ-1 стал первым колесным пропашным трактором, сконструированным и собранным на Минском тракторном заводе. Предназначался для работы с навесными, полунавесными и прицепными сельхозмашинами. Модификацию планировалось использовать для обработки высокостебельных культур со сближенными передними колесами.

МТЗ-1 имел полурамную конструкцию остова и модернизированный двигатель от гусеничного КД-35. У машины были независимый привод вала отбора мощности, гидравлическая система для подъема навесных орудий и съемное регулируемое прицепное приспособление. Работа трактора предусматривалась на резиновых баллонах низкого давления или колесах с жестким стальным ободом со шпорами.

В 1949 году было выпущено несколько опытных образцов МТЗ-1. Но в серию модификация так и не была запущена. Зато стала основой для серийной машины МТЗ-2. Модель МТЗ-2 – первый колесный пропашной трактор Минского тракторного завода серийного производства. С конвейера сошел 14 октября 1953 года. Предназначался для эксплуатации с прицепными и навесными машинами. Модификация с совпадающим следом передних и задних колес использовалась для междурядной обработки низкостебельных культур.

Мощность двигателя МТЗ-2 составляла 37 л. с., конструктивная масса – 3 250 кг. Машина развивала максимальную скорость в 13 км/ч.

Первые составы с колесными тракторами МТЗ-2 с железнодорожной платформы завода ушли в конце октября 1953 года. Они отправились в российские, украинские, грузинские, латвийские и эстонские колхозы и совхозы. МТЗ-2 выпускался до 1957 года – всего было собрано 43 979 единиц. Эта машина определила специализацию завода по выпуску колесных универсально-пропашных тракторов.

В 1956 году конструкторы Минского тракторного завода приступили к созданию принципиально новой модели трактора – МТЗ-50. И практически сразу же стало понятно, что без коренной перестройки производства ее выпуск будет невозможен. Для создания МТЗ-50 только в первом приближении требовалось:

- разработать и запустить новый главный конвейер;
- оснастить 1,7 тыс. техпроцессов;
- спроектировать и изготовить более 3 тыс. приспособлений, около 100 холодных штампов, 1,5 тыс. наименований режущего инструмента, 2 тыс. – мерительного, свыше 100 пресс-форм и штампов для неметаллических изделий;
- придумать новые планировки цехов;
- смонтировать оборудование.

Количество деталей и узлов нового трактора превысило 1,5 тыс. наименований. Кроме того, стояла задача еще более сложная: создать максимально автоматизированное производство мощностью выпуска 75 тыс. машин ежегодно.

К тому моменту МТЗ уже выпускал несколько моделей тракторов, остановить производство которых было бы крайне опророчливо как с моральной, так и с материальной точки зрения. Просчитав все риски, решили сделать переход безостановочным.

Сказать, что происходящее в то время на МТЗ было процессом уникальным и критически сложным, – ничего

не сказать. Руководители, специалисты и рабочие пробирались фактически на ощупь, многое не получалось, работали на пределе возможностей. Но уже 16 октября 1961 года сдали новый главный конвейер, а 5 января 1962-го с него сошел первый МТЗ-50ПЛ (переходная модель).

В январе было выпущено 40 машин, в феврале — 103, в марте — 137, в апреле и мае — по 151. К концу года количество ежемесячно выпускаемых тракторов составило 191 единицу. Темп роста действительно впечатляет.

Минский тракторный завод гордится многими моделями техники. Но трактор, по которому предприятие и страну знают на всех континентах, — это МТЗ-80/82. Конструкторам удалось увеличить производительность трактора на некоторых видах выполняемых работ до 70 %.

Новая машина стоила 3 500 рублей, при этом годовая экономия достигала 1 855 рублей в зависимости от производственного направления хозяйства и региона применения трактора.

Отличительной особенностью МТЗ-80 стала увеличенная мощность двигателя — 80 л. с., что на треть выше, чем у МТЗ-50. Впрочем, это была не единственная особенность. По сути, от предыдущего семейства у «восьмидесятки» остался только остов: трактор получил новую облицовку и кабину, 9-ступенчатую коробку передач с понижающим редуктором, дифференциал заднего моста с автоматической блокировкой, задний двухскоростной вал отбора мощности, шины увеличенных размеров, пневмовывод для тормозов прицепов и другие технические опции. При этом степень унификации с предыдущими моделями превышала 85 %.

Серийный выпуск модели начался в 1974 году. Трактор разрабатывался как базовый для нового семейства унифицированных сельхозмашин — и колесных, и гусеничных.

Благодаря надежности, комфорту, простоте и неприхотливости МТЗ-80 стал одним из самых массовых и продолжительных по выпуску тракторов в мире. И заслужил право называться легендой.

МТЗ-82 — это та же «восьмидесятка», только в премиальном исполнении. Главное отличие — машина полноприводная благодаря переднему ведущему мосту (в МТЗ-80 привод только на задние колеса). Кроме того, восьмидесятая модель более экономична в расходе топлива при больших тяговых усилиях.

Серийный выпуск МТЗ-82 начался в 1975 году. Трактор претерпел несколько модернизаций, одна из которых завершилась совсем недавно: сейчас BELARUS-82.3 — одна из самых востребованных у покупателей моделей.

Первая промышленная партия модели МТЗ-100/102 была выпущена в 1984 году. Созданная на базе легендарной «восьмидесятки», машина имела множество отличий, главное из которых заключалось в увеличенной мощности двигателя. Под капотом — 105 л. с. Новые тракторы выпускались в двух модификациях: МТЗ-100 с приводом только на задние колеса, МТЗ-102 — с полным приводом 4×4.

Двигатель трактора МТЗ-100 агрегатировался с новой механической шестидиапазонной коробкой передач, обеспечивающей 24 скорости вперед и 8 скоростей назад. Сцепление также было новым: двухдисковое постоянно замкнутого типа. Предусмотрена возможность установки на трактор гидроходоуменьшителя для работы на пониженных технологических скоростях (минимальная скорость — 0,5 км/ч). При этом максимальная транспортная скорость трактора массой четыре тонны составляла 35 км/ч.

МТЗ-100 имел высокую степень универсальности — мог агрегатироваться более чем с 500 сельскохозяйственными

машинами. Испытания показали: новинка позволяла повысить производительность труда на 5–20 %, а с использованием широкозахватных машин — до 50 %.

Новые машины превосходили советские и зарубежные образцы тракторов по энергонасыщенности, удельной материалоемкости, набору вспомогательных узлов и дополнительного оборудования.

Стосильный трактор отвечал требованиям не только сегодняшнего, но и завтрашнего дня. Многие идеи, применявшиеся при его создании, были воплощены в последующих моделях МТЗ.

Тракторы МТЗ 100-й серии оснащались более комфортной по сравнению с предыдущими моделями герметизированной двухместной кабиной с системой вентиляции и отопления. Каркасный тип гарантировал защиту тракториста при переворачивании.

Минский тракторный завод сегодня занимает территорию, площадь которой равняется 150 га. Это примерно 210 футбольных полей!

Город в городе — именно так называют Минский тракторный завод и работники предприятия, и его гости. На внутренней территории несколько проспектов и около 30 улиц, четыре проходные, организованное дорожное движение и железнодорожное сообщение, производственные и вспомогательные цехи, столовые и буфеты, ресторан и кофейня, медпункты и стоматологические кабинеты, швейная мастерская и салон-магазин, типография и музей.

Особая гордость — заводская проходная. Открывшая 35 лет назад свои двери для тракторостроителей, она стала настоящим символом не только Минского тракторного завода, но и всего машиностроительного комплекса Республики Беларусь.

Призаводская площадь также заслуживает самого пристального внимания. Только представьте: каждый будний день по ней в направлении проходной идут больше десяти тысяч тракторостроителей.

В сквере «70 лет МТЗ» можно посмотреть на главные исторические награды завода – ордена Ленина и Октябрьской Революции. Здесь же расположен постамент с уникальным экспонатом – трактором МТЗ-2 с серийным номером 1. Кстати, вполне дееспособным. А скейтпарк и детские игровые конструкции притягивают подрастающее поколение.

Корпус сборки тракторов – «сердце» МТЗ. Все цехи предприятия – «организм» – работают на то, чтобы «сердце» – корпус сборки тракторов – билось. Равно как корпус сборки тракторов работает для того, чтобы завод жил.

Сейчас в корпусе работают две линии: на первой собираются модели мощностью свыше 100 л. с., на второй – до 100 «лошадей». Сборка происходит узловым способом.

Помимо корпуса сборки тракторов, напольный конвейер расположен на площадях механосборочного производства – в цехе № 94. Здесь собирают энергонасыщенные тракторы BELARUS-3022 и BELARUS-3522 мощностью свыше 300 и 350 л. с. соответственно. Также механосборочное производство ОАО «МТЗ» составляют цехи № 91, 92, 93 и 96, которые изготавливают детали и узлы для тракторов, собираемых не только в механосборочном производстве, но и на главном сборочном конвейере.

Сборочный конвейер хоть и «сердце» завода, но без всего «организма» биться попросту не сможет. Минский тракторный – завод полного цикла, и сборка техники начинается с заготовительного производства. А это прессовый цех, цех кабин и цехи горячего производства: литейные № 1, 2

и 3, сталелитейный, цех точного стального литья, а также кузнечный и термический цехи.

На Минском тракторном заводе кузнечное и литейное (кстати, самое крупное в Беларуси) производства — основа основ, причем с богатой историей и перспективами развития. В обозримом будущем планируется построить новый литейный завод и кузнечно-штамповое производство.

Мощность литейного завода, который будет построен за пределами Минска, составит 300 тыс. т в год чугуна и 100 тыс. т в год — стального. Проектом строительства современного кузнечно-штампового производства предусматривается вынос кузни с территории МТЗ и создание мощностей в объеме 200 тыс. т поковок в год.

Механические цехи Минского тракторного завода выполняют обработку продукции литейных и кузнечного цехов, которая в конечном счете попадает на конвейеры. На МТЗ работают механические цехи № 1, 2, 4, 5 и 7, а также механосборочный цех и цех малых серий. Например, в механическом цехе № 1 изготавливают коробки перемены передач, в Механическом цехе № 4 — муфты сцепления, в механосборочном цехе № 3 — передний мост. Отправляют все это в МЦ-2, где в итоге собирают трансмиссии.

На сегодняшний день самым технически оснащенным в части оборудования является механический цех № 5, но это не значит, что остальные застыли в развитии: поэтапная модернизация на МТЗ затрагивает все производство техники BELARUS.

На выходе со сборочного конвейера практически готовые малые и средние тракторы обкатываются на участках № 4 и 7 корпуса сборки тракторов. Энергонасыщенные машины проходят 30-часовые испытания в Центре испытаний тракторной техники «МТЗ-ХОЛДИНГ» в поселке Обчак.

Во время обкатки на участках № 4 и 7 выявляются огрехи, проверяется работа всех систем и агрегатов. Водители-испытатели оценивают работу двигателя, определяют наличие или отсутствие посторонних шумов. Мелкие дефекты устраняют самостоятельно, о серьезных уведомляют руководство подразделения.

После того как машины окончательно испытаны на соответствие всем заявленным характеристикам, техника поступает в цех отделки и окраски тракторов. Здесь, как говорится, ей придается «товарный вид»: монтируется облицовка, крылья, закрылки, устанавливаются таблички и т. д.

А перед тем как отправить тракторы на сбыт, техника проходит приемку отделом технического контроля.

На завершающем этапе, перед отправкой заказчику, готовая продукция поступает в цех консервации и упаковки — на склад готовой продукции. А дальше техника BELARUS начинает свой путь до места назначения — или своим ходом, или по железной дороге, или по автомагистралям.

Минский тракторный завод традиционно занимает высокие места в списке крупнейших мировых экспортеров тракторной техники. Согласно самой свежей статистике Организации Объединенных Наций, опубликованной в мае 2020 года, МТЗ — на 12-й позиции.

В последние годы объем произведенной на Минском тракторном заводе продукции составляет более 30 тыс. единиц тракторов и машин. Более 90 % из них продается за рубеж. Долгосрочным планированием сбыта занимается маркетинг-центр ОАО «МТЗ».

Среди основных рынков сбыта лидируют Россия, Казахстан и Украина. На четвертой позиции прочно укрепился Пакистан. По итогам 2019 и 2020 годов в ТОП-5 вошел Узбекистан. Растет объем проданной техники в страны дальнего зарубежья — как в количественном, так и в стоимостном выражении.

За всю историю предприятия тракторы МТЗ поставлялись в 126 стран. В 2020 году продукция продавалась в 45 государств,

в том числе в 9 стран, куда в 2019 году продажи не осуществлялись: Бурунди, Великобритания, Гаити, Гватемала, Гвинея, Доминиканская Республика, Зимбабве, Индонезия, Испания.

В области Большой Медведицы много галактик и их скоплений. Одна из звезд носит имя ОАО «МТЗ». Такой подарок Минский тракторный завод получил от украинской фирмы-партнера на 70-й день рождения предприятия.

Сосчитать, сколько точно звезд в области созвездия Большой Медведицы, вряд ли можно. Равно как невозможно сосчитать, сколько тракторостроителей прошло через заводскую проходную за 75 лет истории МТЗ. Но точно одно: каждый, кто вложил свой труд и душу в создание техники BELARUS, – это звезда в созвездии Минского тракторного завода. И каждый новый день на МТЗ зажигаются новые звезды. И горят они ярче прежнего!

2.4. КОМПЛЕКТОВАНИЕ «ПОРТФЕЛЯ ЭКСКУРСОВОДА»

«Портфель экскурсовода» – наименование комплекта наглядных пособий, используемых в ходе проведения экскурсий, который решает задачи восстановления недостающих звеньев при показе и дает зрительное представление об объекте [3, с.72]. Более убедительной экскурсию делает демонстрация копий подлинных документов, о которых рассказывает экскурсовод.

Назначение «портфеля экскурсовода»:

- восстановить недостающие зрительные звенья, что особенно важно тогда, когда все можно показать в натуре. Например, первоначальный вид здания цеха, которое было разрушено;
- показать фотографии людей, которые имеют отношение к данному объекту или событиям, с ним связанным;

- продемонстрировать копии подлинных документов, рукописей, о которых рассказывает экскурсовод. Например, постановление о создании промышленного предприятия;

- дать зрительное представление о станках, механизмах, продукции путем показа подлинных образцов, фотографий, макетов, муляжей.

Таким образом, в «портфель» включаются фотографии, карты, чертежи, схемы, образцы продукции и т. д.

Критериями отбора наглядных пособий являются:

- необходимость и целесообразность их использования;
- познавательная ценность, т. е. насколько предлагаемое пособие может обогатить экскурсию, сделать показ и рассказ более наглядными и понятными;

- необычность;
- выразительность;
- сохранность.

«Портфели экскурсовода» создаются, как правило, по каждой теме, а их содержание диктуется темой экскурсии. Методику демонстрации наглядных пособий проверяют на маршруте, а рекомендации по использованию материалов «портфеля» включают в методическую разработку.

Данные «портфели» являются постоянным спутником экскурсовода и помогают сделать экскурсию более увлекательной и познавательной.

Пособия, входящие в состав «портфеля», должны быть удобны в использовании и демонстрации. Количество их не должно быть велико.

При пеших экскурсиях лучше использовать для демонстрации пособия (фотографии, репродукции и т. д.) размером не более формата А4. Пособия должны иметь или картонное основание, или быть заламинированными, отличаться ясностью и четкостью изображения. Наглядные по-

собия, используемые в автобусных экскурсиях, необходимо увеличить в размерах для четкой демонстрации экскурсантам/туристам, находящимся на задних рядах.

Перечень используемых наглядных пособий к экскурсии не остается неизменным и может совершенствоваться, дополняться.

Каждый элемент «портфеля» – фотографии, чертежи, репродукции или образца продукции – должен иметь порядковый номер, что определяет последовательность демонстрации пособия экскурсантом/туристам. Некоторые элементы «портфеля» могут быть показаны экскурсоводом с его места или переданы экскурсантам/туристам для более подробного ознакомления.

Материалы для «портфеля» тщательно отбираются. Они должны быть наиболее выразительными, способными оказать реальную помощь экскурсоводу в освещении темы. Методические приемы и техника использования наглядных пособий тщательно продумываются и проверяются на практике. После этого рекомендации по использованию материалов «портфеля» включаются в методическую разработку экскурсии.

Важно, чтобы круг наглядных пособий для экскурсии не был ограничен фотографиями, чтобы «портфель экскурсовода» не превратился в фотопортфель. Это обеднит экскурсию и не позволит «портфелю» выполнить свое назначение.

К каждому экспонату, включенному в «портфель», прилагается листок с пояснениями. Иногда пояснение приклеивается с обратной стороны экспоната. Это пояснение дается экскурсоводом при показе экспоната экскурсантам.

В некоторых случаях словесный портрет к экспонатам прилагается в виде отдельной справки, которая носит название «Пояснения к портфелю экскурсовода на тему...».

Каждое пояснение в справке имеет тот же порядковый номер, что и соответствующий экспонат.

Перечень наглядных материалов, которые будут включены в «портфель экскурсовода», составляется и неоднократно уточняется на всем протяжении разработки новой экскурсионной темы.

В экскурсии используются различные приемы показа наглядных пособий, включенных в «портфель». Наиболее широкое распространение получил **прием иллюстрации**. Например, рассказ экскурсовода о модельном ряде производимой на предприятии техники сопровождается показом фотографий. Они иллюстрируют, делают более понятными сообщаемые сведения.

Эффективен и **прием комментария**. В этом случае показ фотографий предшествует рассказу. Рассказ является лишь пояснением к увиденному экскурсантами.

Третий прием – **прием контраста**, когда фотография показывается для того, чтобы убедить экскурсантов в том, как изменилось место (улица, строение), которое они в данный момент осматривают. Фотография или рисунок контрастирует с объектом. Прием построен на сравнении зрительно воспринимаемой информации.

При проведении экскурсий можно и даже нужно использовать проигрывание аудио- или видеофайлов. С их помощью глубже раскрывается тема, усиливается зрительный ряд экскурсий. Перед началом экскурсии необходимо проверить исправность техники и наличие необходимых файлов, во время экскурсии обеспечить слышимость для всех экскурсантов/туристов. Экскурсовод должен уметь пользоваться данной аппаратурой.

2.5. ОПИСАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ (АУДИОГИДЫ, РАДИОГИДЫ, ГРОМКОГОВОРИТЕЛИ И Т. Д.)

Специфика экскурсий по производству такова, что, проводя их по действующему производству, экскурсовод не всегда может донести информацию до всех членов группы из-за шума в посещаемом месте.

Для обеспечения максимального комфорта для экскурсантов/туристов в настоящее время предлагается разнообразное экскурсионное оборудование. Самое распространенное из них – аудиогид, радиогид и усилитель голоса.

Аудиогид – оборудование для проведения экскурсий, воспроизводящее заранее записанную текстовую информацию. В настоящее время такие устройства часто используют посетители крупных музеев, совершающие осмотр экспозиций самостоятельно. Устройство удобно тем, что позволяет подолгу задерживаться у одного экспоната, никуда не торопясь. С другой стороны, задать уточняющий вопрос некому, а сведения об интересном предмете могут быть излишне краткими.

Устройство бывает как с ручным управлением, где необходимо на клавиатуре выбирать номер экспоната для воспроизведения текста, так и автоматическим, когда устройство считывает сигнал с маячка, который должен быть установлен у каждого экспоната.

Чаще всего аудиогид используется в музеях или на выставках с постоянной экспозицией. На устройство загружаются уже готовые аудиофайлы с номерами, которые соответствуют экспозиции. Файлы можно загрузить на нескольких языках, чтобы люди из разных уголков

земли могли прослушать информацию, например, о шедеврах искусства.

Данная система не совсем подходит для проведения экскурсий на предприятиях в рамках промышленного туризма, так как туриста/экскурсанта не следует пускать на производство без сопровождающего.

Радиогид — мобильная система, которая работает по принципу односторонней радиосвязи. Состоит из приемников с наушниками и радиопередатчика с микрофоном. Приемники и передатчик работают в одном частотном диапазоне. В разных странах диапазон разрешенных частот для гражданского использования разный.

Система передает живую речь экскурсовода членам туристической группы. Экскурсовод говорит в микрофон, а сигнал передается на гарнитуры, закрепленные на ушах слушателей. Данные системы работают на расстоянии 50–100 метров. И при посещении работающего производства экскурсоводу не придется громко кричать, чтобы экскурсанты/туристы его услышали.

В случае, когда экскурсант/турист засмотрелся на определенный процесс производства и отстал от группы, то в гарнитуре раздастся предупреждающий сигнал (например, «Вы отстали от группы»).

В зависимости от модели и комплектации устройства, в радиогиде могут быть установлены специальные программы, которые автоматически переводят рассказ гида на понятный для гостя язык. Поэтому аренда или покупка такого девайса особенно необходима для организаций, которые предоставляют экскурсии одновременно экскурсантам из разных стран.

Усилитель голоса (громкоговоритель) — устройство, предназначенное для усиления громкости речи экскурсовода.

Это довольно простое оборудование, актуальное в использовании в больших помещениях.

Громкоговорители бывают:

- рупорные;
- поясные;
- в виде микрофонов.

Рупорный громкоговоритель подойдет для проведения уличных экскурсий и мероприятий, а также для работы с большим количеством экскурсантов/туристов. Он имеет высокую мощность и конкретное, направленное действие – усиливать голос, что обеспечивает отменную слышимость. Единственный нюанс – такие громкоговорители не всегда четко передают речь.

Поясной громкоговоритель подходит для работы в закрытых помещениях, послужит помощником в работе с небольшим количеством слушателей. Поясные громкоговорители четко передают речь и по размерам гораздо меньше, поэтому их удобно носить на ремешке, положить в сумку или карман.

Громкоговоритель для экскурсовода в виде микрофона присоединяется к поясным громкоговорителям, благодаря чему руки экскурсовода остаются свободными. Для удобства бывают как проводные, так и беспроводные.

Как правило, громкоговорители для экскурсоводов функционируют на литийионных аккумуляторах. Их просто подзаряжать, а время работы варьируется от пары часов до нескольких суток. Длительность работы аккумулятора определяется не только его емкостью, но и тем, насколько велико потребление энергии системами и платами прибора. Чем больше мощность голоса на выходе, тем больше энергии необходимо агрегату для функционирования и тем на более короткое время хватит заряда батареи.

РАЗДЕЛ 3

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ

3.1. ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ И ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ

Экскурсия – это результат двух важнейших процессов: ее подготовки и проведения, которые взаимосвязаны и взаимообусловлены. Для подготовки экскурсии в рамках промышленного туризма на предприятии рекомендуется создать рабочую группу, куда будут включены компетентные сотрудники в своей области. В группу могут входить конструкторы, технологи, работники подразделений, где планируется проведение экскурсий, сотрудники музея и т. д. Каждый участник разрабатывает определенный раздел или подраздел темы или согласовывает уже написанный раздел или подраздел темы.

Основными требованиями к экскурсиям являются:

- наглядность;
- достоверность;
- доступность;
- высокое качество изложенного материала (текста экскурсии);
- познавательная ценность;
- научное содержание;
- воспитательное воздействие;
- дифференцированный подход к экскурсантам различных категорий.

Выделяют следующие этапы подготовки экскурсий:

- определение цели и задач экскурсии;

- выбор темы;
- отбор литературы и составление библиографии;
- определение источников экскурсионного материала;
- отбор и изучение экскурсионных объектов;
- составление маршрута экскурсии;
- объезд или обход маршрута экскурсии;
- подготовка контрольного текста экскурсии;
- комплектование «портфеля экскурсовода»;
- определение методических приемов проведения экскурсии;
- определение техники ведения экскурсии;
- составление методической разработки;
- составление индивидуальных текстов;
- прием (сдача) экскурсии;
- утверждение экскурсии [3, с. 66].

Цель экскурсии — то, ради чего показываются экскурсантам производственные помещения, цехи и другие объекты. Цель напрямую влияет на отбор материала и его преподнесение экскурсоводом.

Идея — замысел экскурсии, ее главная мысль. Тема и идея составляют идейно-тематическую основу экскурсии.

Задача экскурсии — достижение целей путем раскрытия темы экскурсии.

Тема экскурсии — предмет показа и рассказа. Каждая экскурсия должна иметь тему, выбор которой зависит от потенциального спроса, конкретного заказа или целенаправленного создания определенной тематики экскурсии.

Формулирование темы представляет собой краткое и концентрированное изложение основного содержания экскурсии, объединяет все объекты и подтемы экскурсии в единое целое. *Особенностью* каждой экскурсионной темы является то, что она тесно связана с *объектами показа* и с тем

экскурсионным материалом, который насыщает ее содержание; отбирать следует самые интересные и по внешнему виду, и по той информации, которую они с собой несут. По роли в экскурсии *основные объекты* раскрываются в ее подтемах, показ дополнительных объектов, как правило, осуществляется при переходах (переездах).

Композиция экскурсии – расположение, последовательность и соотношение подтем, основных вопросов, вступления и заключительной части экскурсии. Ведущей подтемой является композиционный центр экскурсии, вокруг которого строится весь рассказ. Она способствует более глубокому раскрытию содержания экскурсии, делает ее убедительной и запоминающейся.

Название экскурсии – языковое выражение, в прямой и косвенной форме обозначающее содержание, не допускающее двоякого толкования. Например, «Минск – столица Республики Беларусь», «Витебск – фестивальная столица Беларуси», «Нарочь – город-курорт», «Литературный Гродно», «Пинск – столица Полесья», – «МТЗ – флагман белорусской промышленности».

Техника ведения экскурсии включает:

- знакомство экскурсовода с группой;
- правильную расстановку группы у объекта;
- выход экскурсантов/туристов из транспортного средства и возвращение в него;
- использование экскурсоводом микрофона;
- соблюдение времени, отведенного на экскурсию в целом и раскрытие отдельных подтем;
- ответы на вопросы экскурсантов и т. д.

Использование автобуса или другого транспортного средства. Если использование имеет место быть, на производственной экскурсии к выходу экскурсантов из автобуса или

другого транспортного средства нужно готовиться заранее. Количество остановок с выходом группы рекомендуется назвать во вступительном слове, пояснив значение таких выходов. На остановках, где предусмотрен выход экскурсантов/туристов, экскурсовод выходит первым, определяя направления их движения к объекту. Экскурсовод сообщает точное время отправления автобуса. Необходимо требовать от экскурсантов/туристов соблюдения регламента проведения экскурсии.

По отношению к группе и объекту экскурсовод должен стоять сбоку. Показ зрительно воспринимаемых объектов требует, чтобы они находились перед глазами экскурсовода, ведь он анализирует их на основе своих зрительных впечатлений.

Экскурсовод руководит передвижением экскурсантов/туристов и в ходе их самостоятельной работы на маршруте.

Соблюдение времени в экскурсии. В методической разработке указывается точное время, отведенное на раскрытие каждой подтемы в минутах. Здесь предусмотрено все: показ объектов, рассказ экскурсовода, передвижение по маршруту к следующему пункту и движение группы около наблюдаемых объектов. Иногда по независящим от экскурсовода причинам (опоздание автобуса и т. д.) значительно сокращается время, тогда *уменьшается время рассказа.*

Ответы на вопросы экскурсантов/туристов. В экскурсионной практике сложилась классификация вопросов:

- вопросы экскурсовода, на которые отвечают экскурсанты;
- вопросы, на которые отвечает экскурсовод;
- риторические вопросы, которые ставятся для активизации внимания экскурсантов;
- вопросы, задаваемые участниками экскурсии по теме.

Паузы в экскурсии. Непрерывный рассказ недопустим. Между отдельными частями рассказа, рассказом и экскурсионной справкой в пути, логическим переходом и рассказом об объекте и связанных с ним событиях должны быть небольшие перерывы. Паузы при каждой конкретной экскурсии планируют в зависимости от маршрута.

Паузы решают следующие задачи:

- смысловую – для обдумывания услышанного от экскурсовода и увиденного своими глазами, сравнения наблюдаемого объекта с ранее виденным, закрепления материала в памяти. Важно, чтобы экскурсанты имели у каждого объекта свободное от показа и рассказа время для самостоятельного осмотра (при соблюдении норм и правил техники безопасности);

- дать кратковременный отдых экскурсантам.

Профессия экскурсовода предъявляет к человеку ряд требований:

- понимание значения экскурсии и своей роли в процессе воспитания;

- наличие хорошей дикции;

- непрерывное пополнение и совершенствование своих знаний;

- инициатива и творческий поиск в работе;

- глубокое изучение интересов и запросов экскурсантов и дифференцированный подход к обслуживанию различных групп населения;

- высокая культура в работе и поведении;

- владение методикой проведения экскурсий;

- любовь к своей профессии.

- развитое воображение и умение образно мыслить.

Ожидаемые личные качества экскурсовода: *толерантность, эмоциональность, уважение к личности.*

Культура речи экскурсовода включает в себя *грамматическую правильность речи, соблюдение норм произношения и постановки ударений в словах; лексическое богатство; выразительность, образность речи; техника речи (звонкость голоса, богатство интонаций, четкая дикция, соблюдение необходимого темпа речи)*.

В речи экскурсовода основные положения излагаются медленнее, чем остальной материал. Материал, который развивает основные положения, излагается в быстром темпе.

Успех экскурсии во многом зависит от установления должного контакта экскурсовода с экскурсионной группой, от благоприятного психологического климата, основанного на взаимном понимании и доброжелательности, формирование которого является профессиональным делом экскурсовода.

На начальном этапе экскурсии используются следующие словосочетания и фразы:

«Здравствуйте, рады видеть на нашем предприятии!».

«Меня зовут...».

«Сегодня мы...».

«Наша экскурсия...».

«Продолжительность экскурсии...».

«В ходе экскурсии мы...».

В заключительной части экскурсии можно использовать следующие словосочетания:

«На этом наша экскурсия...».

«Сегодня мы с вами...».

«Таким образом...».

«Рад(а), что вам...».

«Сувениры можно купить...».

Этикет является важным инструментом формирования имиджа отдельного человека или компании в целом.

Экскурсовод на предприятии представляет не только отдел, в котором он работает, но и все предприятие в целом. От соблюдения им правил этикета зависит имидж самого предприятия.

Различают две формы этикета: деловой и светский. Последний регламентирует общение в сфере досуга и удовлетворения материальных и духовных потребностей. Деловой этикет — это система норм поведения, с помощью которых человек привыкает считаться с достоинством других людей и защищать собственное достоинство, создавая условия для достижения намеченных целей в бизнесе и преодоления конфликтов.

Этикет подразделяется на:

- вербальный (нормы общения, культура речи);
- невербальный (нормы поведения).

Речевой (вербальный) этикет — совокупность всех этических речевых средств и правила их использования в различных ситуациях.

Основные правила вербального общения:

- не давать оценку, ущемляющую достоинство собеседника, покровительствующие суждения и иронические замечания, высказываемые с чувством превосходства или пренебрежения;
- уважительная манера общения;
- проявление сочувствия, участия, терпимости к слабостям собеседника;
- внимательно слушать собеседника;
- поддерживать контакт с собеседником вербальными и невербальными средствами на протяжении всего общения;
- настаивая на своем положении, не следует отвергать предложение собеседника;
- не преувеличивать собственные заслуги и не демонстрировать превосходство;
- не обвинять собеседника и не перекладывать на него ответственность за сложившуюся ситуацию.

В своей работе экскурсоводы должны руководствоваться нормами делового этикета, уважая честь и достоинство собеседника.

В разговоре рекомендуется использовать общепринятые *этикетные формулы*.

Приветствие	Здравствуйте! Добрый день (утро, вечер)!
Прощание	До свидания! Всего доброго! Всего хорошего! Счастливого пути (отъезжающему)!
Благодарность	Спасибо! Очень вам признателен(а)! Благодарю за внимание!
Просьба	Будьте добры. Прошу вас. Вас не затруднит?
Извинение	Извините, пожалуйста. Приношу свои извинения. Прошу меня простить. Простите, пожалуйста.
Предложение	Я бы хотел(а) вам предложить... Позвольте предложить...
Приглашение	Разрешите пригласить вас на... Я приглашаю вас... От имени... приглашаю вас на...
Привлечение внимания	Обратите внимание на... Посмотрите направо (налево, прямо и т. д.)...

Поощрение	Я вас слушаю. Не могли бы вы рассказать об этом подробнее?
Уточнение	Когда это произошло? Что вы имеете в виду, когда говорите о...?

В деловом общении большое значение имеют **комплименты** — слова, выражающие одобрение, положительную оценку деятельности, внешности, личностных качеств собеседника. Они нужны для налаживания контакта, создания доброжелательной атмосферы, поднятия настроения.

Во время проведения экскурсии экскурсоводу **запрещается** разговаривать с экскурсантами/туристами на следующие темы:

- *политика* (да, вы можете считать себя обладателем единственно верной точки зрения. Но для сохранности рабочей обстановки во время проведения экскурсии, а не сеяния раздора, воздержитесь от обсуждения политических событий);
- *религия* (вы почти никогда не знаете, каковы религиозные взгляды вашего собеседника и его отношение к религии в целом. Поэтому любое ваше высказывание на эту тему может случайно оскорбить его, огорчить или разозлить);
- *деньги* (задавать человеку вопросы о его доходе, хвастаться своим или жаловаться — это просто неприлично).

Экскурсант/турист может внешне не проявить особой реакции на высказывания экскурсовода, но для себя сделать выводы, что может негативно отразиться на общем впечатлении об экскурсии и предприятии в целом.

Для подготовки и проведения экскурсий в рамках промышленного туризма на предприятии следует:

- отобрать объекты для показа и сформировать маршруты экскурсии;

- определиться с сотрудниками, которые будут проводить экскурсию;
- разработать и утвердить текст экскурсии;
- подготовить нормативные правовые документы, регламентирующие деятельность промышленного туризма на вашем предприятии;
- разработать и утвердить правила посещения экскурсантами/туристами вашего предприятия.

Для проведения экскурсий в рамках промышленного туризма на предприятии следует выбрать сотрудника, который будет проводить экскурсии, – экскурсовода. Этому сотруднику может быть поручена данная деятельность без отрыва от его основной работы (если планируется проводить экскурсии на нерегулярной основе) или может быть введена новая единица в штатное расписание того подразделения, на которое будет возложена функция организации и проведения экскурсий (для проведения экскурсий на регулярной основе).

Должностные обязанности специалиста по туризму на промышленных предприятиях:

- осуществляет подбор справочных и рабочих материалов по туризму;
- проводит маркетинговые исследования спроса и предложения на туристические услуги;
- разрабатывает предложения по освоению новых маршрутов;
- принимает участие в разработке рекламных материалов, каталогов, брошюр и пр. и выработке концепции продвижения туристических программ;
- участвует в проведении мероприятий по продвижению туристических услуг (рекламных кампаниях, презентациях, выставках, ознакомительных турах, распространении рекламных материалов и пр.);

- для формирования пакета туристических услуг осуществляет поиск отелей, компаний-перевозчиков (авиа, железнодорожных, автобусных), иных организаций, предоставляющих эти услуги или оказывающих содействие в их предоставлении;
- создает и поддерживает информационную базу данных по услугам, предоставляемым в рамках разрабатываемых туров;
- разрабатывает программы туров;
- определяет стоимость услуг, включенных в состав тура, рассчитывает стоимость пакета услуг и т. д.;
- согласовывает с контрагентами существенные условия в рамках предоставляемых услуг;
- оформляет технологические документы по предлагаемым турам (технологические карты, информационные листки, памятки туристам, схемы, описания маршрутов путешествий и т. д.) в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов, своевременно оформляет листы бронирования и подтверждает бронь партнерам;
- осуществляет работу по поиску клиентов;
- принимает заказы отдельных туристов или корпоративных групп на формирование тура;
- готовит пакет документов, необходимых для открытия визы (в случае необходимости), контролирует правильность их оформления;
- оформляет туристическую документацию (договор на оказание туристических услуг, информационный листок, памятку, финансовые документы и т. д.) в соответствии с требованиями законодательства (при наличии доверенности от руководства);

- готовит специализированную туристическую информацию, информацию по безопасности услуг, контролирует ее полноту и достоверность;
- разрабатывает рекомендации и указания для участников путешествия;
- консультирует клиентов по всем вопросам, касающимся необходимых правил, порядка и условий предоставления туристических услуг;
- проводит инструктаж туристов о мерах безопасности, предупреждении заражения особо опасными инфекциями;
- ведет журналы инструктажа по обеспечению безопасности туристов в соответствии с требованиями нормативных правовых и технических нормативных правовых актов;
- контролирует надлежащее исполнение туристических услуг (собственных и услуг контрагентов) в соответствии с требованиями, предусмотренными в заключенных с туристами договорах;
- изучает жалобы и претензии туристов к качеству туристических услуг, принимает меры по проведению корректирующих мероприятий, направленных на устранение выявленных недостатков;
- обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов;
- ведет установленную отчетность.

Специалист по туризму на промышленном предприятии должен знать:

- нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности, географию стран мира;
- справочники, периодические издания, научные публикации по туризму, географии, истории, архитектуре, религии, достопримечательностям, социально-экономическому устройству стран и др., туристические каталоги;

- основные концепции и принципы организации туристической индустрии;
- порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров;
- принципы определения стоимости туров;
- правила бронирования билетов и услуг;
- правила страхования туристов;
- порядок работы консульско-визовых служб, правила и порядок оформления документов для получения виз;
- схемы работы с отелями, гостиницами, компаниями-перевозчиками (авиа, железнодорожными, автобусными, круизными и др.), иными организациями;
- основы туристического права;
- основы маркетинга и менеджмента;
- терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии;
- теорию межличностного общения;
- порядок оформления договоров и заключения контрактов;
- технику приема контрагентов и проведения переговоров;
- протокол и этикет;
- иностранный язык;
- справочники, периодические издания и научные публикации по туризму, туристические каталоги;
- правила оформления туристической документации (туристических путевок, страховых полисов и др.);
- основы делопроизводства;
- основные требования к оформлению туристической документации;
- методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров;

- основы экономики, организации труда и управления;
- основы трудового законодательства;
- правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования специалиста по туризму:

✓ Специалист по туризму I квалификационной категории: высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста по туризму II квалификационной категории не менее 2 лет.

✓ Специалист по туризму II квалификационной категории: высшее профессиональное образование, стаж работы в должности специалиста по туризму не менее 2 лет.

✓ Специалист по туризму: высшее профессиональное образование без предъявления требований к стажу работы, высшее образование и переподготовка в сфере туризма без предъявления требований к стажу работы либо среднее специальное образование и стаж работы в туризме не менее 1 года.

Должностные обязанности экскурсовода:

- Предоставляет клиентам экскурсионные услуги в соответствии с утвержденными руководителем туристического предприятия маршрутами, технологическими картами и иными документами, предусмотренными законодательством;

- Постоянно работает над своевременным обновлением индивидуальных текстов экскурсий, используя новые материалы, архивные документы, статистические данные; обновляет «портфель экскурсовода»;

- Вносит предложения по разработке новых маршрутов, участвует в разработке и освоении новых тем экскурсий;

- Принимает участие в разработке рекламных материалов, каталогов, брошюр и пр.; в выработке концепции продвижения экскурсионных программ;

- Участвует в проведении мероприятий по продвижению экскурсионных услуг (рекламных кампаний, презентаций, выставок, ознакомительных туров и пр.);
- Систематически совершенствует свой профессиональный уровень, участвует в разработке новых форм и методов проведения экскурсий, в прослушивании экскурсий других экскурсоводов, изучает опыт их работы, участвует в работе различных конференций, семинаров;
- Использует дифференцированный подход к проведению экскурсий для различных категорий населения;
- Инструктирует туристов о правилах поведения и мерах безопасности в транспорте, на маршруте, в музеях, на остановках, при осмотре памятников и т. п.;
- При заболевании туристов, травмах сообщает руководству туристического предприятия о происшедшем, организует оказание первой помощи;
- Координирует поведение экскурсантов при чрезвычайных ситуациях, сообщает о возникновении таких ситуаций, вызывает при необходимости и возможности спасателей или другую помощь;
- Оформляет в установленном порядке документы на обслуживание на маршруте;
- Организует бережное отношение экскурсантов к санитарно-экологическому состоянию окружающей среды на маршруте;
- Анализирует замечания и предложения экскурсантов относительно качества предоставляемых экскурсионных услуг, вносит предложения по их совершенствованию;
- Обеспечивает высокую культуру обслуживания клиентов;
- Ведет установленную отчетность.

Экскурсовод должен знать:

- нормативные правовые документы, регламентирующие осуществление туристической деятельности;
- методику создания и проведения экскурсий;
- технику проведения экскурсий;
- технологическую документацию по экскурсионной работе; географию, историю, архитектуру, религии, достопримечательности, социально-экономическое устройство Беларуси;
- теорию межличностного общения;
- основные концепции и принципы организации туристической индустрии;
- основы туристического права;
- основы маркетинга и менеджмента;
- терминологию и аббревиатуры, принятые в туристической индустрии;
- протокол и этикет;
- правила оформления туристической документации;
- основы делопроизводства;
- основные требования к оформлению туристической документации;
- методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров;
- основы трудового законодательства;
- правила и нормы охраны труда и пожарной безопасности.

Квалификационные требования к экскурсоводу:

✓ Экскурсовод I квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода и стаж работы в должности экскурсовода II квалификационной категории не менее 2 лет.

✓ Экскурсовод II квалификационной категории: высшее образование, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода и стаж работы в должности экскурсовода не менее 2 лет.

✓ Экскурсовод: высшее либо среднее специальное образование без предъявления требований к стажу работы или общее среднее образование и подготовка в объеме не менее трех курсов учреждения, обеспечивающего получение высшего образования, специальная подготовка, свидетельство об аттестации экскурсовода (свидетельство необходимо для проведения экскурсий за территорией вашего предприятия) [Выпуск 27 Единого квалификационного справочника должностей служащих, утвержденный постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 02.12.2002 № 150].

Организация и проведение экскурсий в рамках промышленного туризма на предприятии регламентируется нормативными правовыми документами.

Для лучшего взаимодействия служб и подразделений предприятия необходимо разработать и утвердить Положение о проведении экскурсий в рамках промышленного туризма.

В Положение, например, рекомендуется внести следующие разделы:

- *организация, условия и порядок проведения экскурсий в рамках промышленного туризма:*

- ✓ на кого возложена функция организации и проведения экскурсий;

- ✓ возрастные ограничения на посещение экскурсий;

- ✓ структурные подразделения, которые будут посещаться в рамках экскурсии и др.;

- *расценки на экскурсии, способы оплаты, категории билетов:*

✓ экскурсии проводятся на платной или на бесплатной основе;

✓ согласно какому документу производится оплата экскурсий (прейскурант) при платных экскурсиях, кто его утверждает;

✓ способы оплаты экскурсии (наличными деньгами, банковской картой, безналичным расчетом (договор));

✓ какие категории билетов (взрослые, детские, студенческие), какие категории могут посещать экскурсии на бесплатной основе (например, Герои Беларуси, а также ветеранов Великой Отечественной войны и др.);

- *время проведения и запись на экскурсии:*

✓ время проведения экскурсий (например, «каждый вторник в 13.00» или «с понедельника по пятницу в 08.30, 12.00»);

✓ способы записи на экскурсии (телефон, электронная почта, социальные сети);

- *поощрение сотрудников:*

✓ можно предусмотреть поощрение сотрудников за качественную организацию и проведение экскурсий;

✓ можно поощрять не только тех сотрудников, которые проводят экскурсии, но и тех, кто им помогает в структурных подразделениях, для стимулирования. В данном разделе можно описать процедуру поощрения и сумму данного поощрения;

- *маршрут экскурсии:*

✓ Положение о проведении экскурсий в рамках промышленного туризма и Правила посещения предприятия утвердить приказом руководителя предприятия и разослать всем заинтересованным подразделениям.

Экскурсант/турист всегда обращает внимание на то, как выглядит сотрудник, оценивает его внешний вид, судит о компетентности и профессионализме организации в целом.

Если экскурсант/турист обращается на «ты», экскурсоводу не стоит спешить тоже переходить на «ты». Рекомендуется говорить «вы», пока экскурсант/турист не скажет, что ему удобнее общаться на «ты». Далеко не всем экскурсантам/туристам нравится обращение на «ты». Это могут воспринять как неуважение со стороны исполнителя.

3.2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИЕМОВ ПОКАЗА В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ

Методические приемы делятся на:

- *общие* – применяются на всех экскурсиях;
- *частные* – используются для одного вида экскурсий (производственные, музейные, природоведческие);
 - *единичные* – при наблюдении какого-либо одного уникального объекта и, как правило, являются «находкой» одного экскурсовода.

Под термином «показ» понимается:

- процесс реализации принципа наглядности, наглядный способ ознакомления с экскурсионным объектом или несколькими объектами одновременно;
- действие (или сумма действий) экскурсовода, направленное на выявление сущности предмета;
- многоплановый процесс извлечения зрительной информации из объектов, процесс, во время которого действия экскурсантов производится в определенной последовательности, с конкретной целью.

Показ объекта экскурсии должен быть построен так, чтобы постепенно раскрывались его особенности.

Парадокс показа – экскурсант под руководством экскурсовода видит больше, чем увидел бы самостоятельно,

обозревая объект, а также видит на экскурсионном объекте и те его части, которые в данный момент находятся вне поля зрения.

Задачи показа на экскурсии состоят в следующем:

- показать экскурсионные объекты, которые находятся перед экскурсантами;
- показать объекты, которых уже нет (сохранились только на фотографии или рисунке);
- показать историческое событие, которое происходило на данном месте, воссоздать его зрительную картину;
- показать действия исторического деятеля (писателя, художника и т. д.), которые происходили на данном месте;
- показать объект таким, каким он был в период описываемого события [3, с. 42].

При показе объекта экскурсовод *выделяет главное*, отбрасывает второстепенное.

Показ объекта в экскурсии обычно носит сюжетный характер. В тематических экскурсиях рассматривается четкая сюжетная линия, которая объединяет элементы показа и рассказа.

Существует *сюжетный и бессюжетный показ объекта*. Интересные объекты, встречающиеся по маршруту экскурсии, но не соответствующие ее теме, могут быть освещены лишь в режиме ответов на вопросы.

В условия показа входят:

- правильно выбранные точки показа;
- время, наиболее выгодное для показа;
- возможность отвлечь внимание экскурсантов от объектов, далеких от темы;
- использование движения экскурсантов в качестве методического приема при показе объектов;
- умения и навыки экскурсовода;

- подготовленность экскурсантов/туристов к наблюдению объектов.

Примерный порядок действий экскурсовода при показе объекта:

- определяется предмет (объект) показа;
- дается его описание, характеристика;
- говорится о назначении объекта;
- рассматриваются отдельные части объекта, проводится их анализ, сравнение;
- называется автор памятника, архитектор здания;
- дается рассказ о событии, связанном с объектом, делается вывод о его историческом значении.

Виды показа при проведении автобусной экскурсии:

- на ходу автобуса из окон при скорости 50–60 км/ч экскурсовод комментирует то, что видят экскурсанты/туристы (путевая информация);
- наблюдение из окон при замедленном движении автобуса при следовании мимо зрительных объектов (знакомство с дополнительными объектами);
- наблюдение объектов при остановке автобуса без выхода экскурсантов/туристов из автобуса (более глубокое знакомство с объектами);
- на остановке с выходом из автобуса экскурсантов/туристов (используются методические приемы показа, виды экскурсионного анализа объекта).

Методические приемы по проведению экскурсий делятся на две группы:

- *приемы показа;*
- *приемы рассказа.*

Приемы показа составляют наиболее многочисленную группу. Они позволяют упростить наблюдение объекта, выделяют его особенности, незаметные при обычном осмотре,

дают возможность экскурсантам/туристам восстановить утраченные детали, «увидеть» не существующий в настоящее время объект в его первоначальном виде, а также происходившие много лет назад события. При работе с мало-подготовленной аудиторией экскурсовод должен отдавать предпочтение показу.

Виды приемов показа:

Прием предварительного осмотра используется в тот момент, когда экскурсанты находятся на месте расположения объекта. В одном из вариантов использования данного приема экскурсовод приглашает экскурсантов/туристов самостоятельно провести первоначальный осмотр, познакомиться с внешним видом объекта, рассмотреть детали. Второй вариант начинается с краткого вступительного слова экскурсовода, в котором он ориентирует группу на то, что именно следует увидеть в ходе наблюдения объекта, какие его качества и конкретные особенности рекомендуется выявить.

Прием панорамного показа используется для наблюдения вида местности (панорама города, предприятия, поля сражения); площадкой могут служить высокие точки. Особенностью данного вида является множество объектов, попадающих в поле зрения экскурсантов/туристов. Задача экскурсовода — выявить наиболее интересные, которые в дальнейшем позволят раскрыть тему экскурсии.

Прием зрительной реконструкции (воссоздания) — экскурсовод, опираясь на зрительные впечатления экскурсантов, словесным путем восстанавливает внешний вид исторического здания, производственного корпуса, цеха и т. д. Этот прием широко используют при показе мест, где происходили события, важные для предприятия. Если от здания остались лишь отдельные части, то именно они помогают экскурсоводу произвести зрительную реконструкцию. Если

же не сохранилось ничего, на помощь приходят наглядные пособия «портфеля экскурсовода» с фотографиями объекта, рисунками, чертежами, схемами и т. д.

Прием зрительного монтажа является одним из вариантов методического приема реконструкции. Экскурсовод составляет нужный образ, суммируя внешний облик нескольких строений, а также их отдельные части, которые могут быть «заимствованы» от объектов, являющихся в данный момент предметом наблюдения экскурсантов. В зрительном монтаже также могут быть использованы фотографии, чертежи, рисунки. Например, воссоздание облика цехов в послевоенное время.

Прием локализации событий, то есть построение связей событий и конкретных мест. Такой прием приковывает внимание участников экскурсии к территории, строению и т. д., где произошло событие. Например, «в стенах механосборочного цеха № 3 был собран первый трактор на предприятии».

Прием абстрагирования представляет собой мысленный процесс выделения из целого каких-либо частей для последующего глубокого наблюдения. Это позволяет экскурсантам рассмотреть признаки предмета, служащие основой для раскрытия темы (подтемы). Использованию этого приема предшествует объяснение экскурсовода, какие именно части предмета, здания являются предметом показа.

Прием зрительного сравнения построен на зрительном сопоставлении различных предметов или частей одного объекта с другим, находящимся перед глазами экскурсантов. Благодаря этому приему экскурсанты/туристы могут представить действительную величину объекта (например, высоту цеха, длину конвейера, ширину улиц), он позволяет сократить количество цифр в рассказе. Экскурсовод подво-

дит итоги, называя сходные элементы объектов или их отличия друг от друга.

Прием интеграции (восстановления, восполнения) построен на объединении отдельных частей наблюдаемого объекта в единое целое. Например, при показе архитектурного ансамбля экскурсовод сначала показывает каждое здание в отдельности, затем, объединив зрительные впечатления экскурсантов при наблюдении отдельных объектов, демонстрирует ансамбль как единство нескольких зданий, формулирует выводы.

Прием зрительной аналогии построен на сравнении:

- объекта с фотографией или рисунком другого аналогичного объекта;
- объекта с теми объектами, которые экскурсанты видели ранее.

Механизм действия этого приема состоит в том, что экскурсовод «ставит» перед экскурсантами два объекта, причем только один из них физически находится перед глазами.

Прием переключения внимания предлагает экскурсантам/туристам после наблюдения объекта по предложению экскурсовода перенести свой взгляд на другой объект. Это позволяет лучше понять первоначально наблюдавшийся объект. Например, перенос взгляда с цеха, построенного в 1946 году, на современное строение.

Методический прием движения представляет собой движение экскурсантов/туристов вблизи объекта с целью лучшего его наблюдения (например, осмотр производства, движение экскурсантов вдоль конвейера на заводе и др.). Кроме этого, движение в экскурсиях используется как методический прием показа экскурсионных объектов отдельных зданий, сооружений, улиц, площадей. В некоторых случаях используется замедленное движение на автобусе вокруг

комплекса объектов. Еще один вариант движения как методического приема – обход вокруг здания, сооружения, памятника. Наибольшую эффективность дает использование приема движения в тех случаях, когда, по замыслу авторов экскурсии, ее участники должны ощутить динамику конкретного события.

Показ мемориальной доски. При наличии на экскурсионном объекте мемориальной доски экскурсоводу следует начинать с анализа объекта и рассказа о событиях, с ним связанных, и только после этого внимание экскурсантов обращается на мемориальную доску, которая на данном объекте установлена. Можно начинать освещение подтемы с мемориальной доски, если объект, о котором идет речь, не сохранился.

Методы показа подходят для проведения экскурсии, если территория вашего предприятия позволяет это сделать. Так, например, территория Минского тракторного завода общей площадью примерно 154 гектара позволяет демонстрировать приемы показа. На территории МТЗ располагаются 35 улиц и 3 проспекта.

3.3. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИЕМОВ РАССКАЗА В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭКСКУРСИИ

В процессе проведения экскурсии важно обеспечить единство между тем, что получает экскурсант/турист при наблюдении объектов, и пояснениями экскурсовода.

Рассказ – условно принятое в экскурсионном деле название устной части экскурсии, то есть сообщения и пояснения, которые экскурсовод дает группе; образная информация о памятниках, исторических событиях и деятельности конкретных исторических лиц.

Рассказ подчинен показу и не может абстрагироваться от объектов показа, которые расположены на маршруте.

Задачи рассказа экскурсовода:

- комментирование, пояснение, дополнение увиденного;
- реконструкция, восстановление того, что не может в данный момент увидеть экскурсант/турист.

Рассказ на экскурсии в полном объеме *готовится заранее*, однако может присутствовать и экспромт.

Основные требования к рассказу:

- тематичность;
- конкретность;
- связанность;
- логичность;
- краткость;
- убедительность;
- доступность изложения;
- законченность суждений;
- связь с показом;
- научность [3, с. 48].

Особенность рассказа состоит в том, что он носит *характер монолога*. При этом важное место занимают ответы на вопросы экскурсантов/туристов и реакция экскурсовода на их реплики.

Реплика экскурсанта/туриста — это его мнение о чем-либо. Экскурсовод может вплести в свой рассказ ответ на реплику, но это не должно уводить разговор от экскурсионной темы, нарушать логику рассказа.

В экскурсии используют две формы рассказа:

- *повествовательный*, который дает экскурсантам ясное представление о том, где и каким образом происходили события;

- *реконструктивный*, задачей которого является восстановление перед мысленным взором экскурсантов того или иного объекта (здания, сооружения, памятного места).

Язык экскурсовода должен отвечать следующим критериям:

- *ясность* — доходчивость и доступность речи для аудитории;

- *точность* — соответствие содержания речи мыслям экскурсовода, цели и теме экскурсии;

- *чистота речи* — логически оправданное использование экскурсоводом языковых средств.

Особенности рассказа на экскурсии:

- *Зависимость от скорости передвижения группы*. Необходимо учитывать ритм движения детской или взрослой группы, автобусной и пешеходной группы.

- *Подчиненность показу*. Рассказ сопровождает показ объектов, дополняет и поясняет то, что видят экскурсанты. Он направлен на зрительное воссоздание картины, которая, по замыслу авторов экскурсии, должна возникнуть перед мысленным взором экскурсантов. Содержание рассказа определяется объектом изучения (природа, экспозиция музея, исторический памятник, места знаменательных событий, промышленное предприятие и т. д.).

- *Использование зрительных доказательств*. Экскурсовод строит показ так, чтобы «заговорил» сам объект, чтобы экскурсанты увидели то, о чем он рассказывает. Это достигается путем образного рассказа, умелого показа памятника, демонстрации наглядных материалов из «портфеля экскурсовода».

- *Адресность, привязка к наблюдаемым экскурсантами конкретным объектам*. Если показ происходит на улице, застроенной несколькими домами, строениями или цехами, рядом расположенными и порой схожими между собой,

экскурсовод называет цвет (белый, бежевый, красный), в который окрашено нужное здание, его внешние признаки (этажность, особенности конструкции). Убедившись, что экскурсанты поняли, о каком здании пойдет речь, экскурсовод продолжает ведение экскурсии.

- *Конкретность.* На экскурсии преподносится материал, раскрывающий конкретную тему. Неправильно рассматривать конкретность в рассказе экскурсовода как обилие фактического материала.

- *Утверждающий характер.* Рассказывая об историческом событии, экскурсовод с максимальной убедительностью утверждает, что оно происходило именно на этом месте, что его участниками были называемые им лица.

Приемы рассказа делятся на две основные группы.

Первая группа объединяет приемы, связанные с формой (справка, описание, репортаж, цитирование). Они выполняют задачу донести до экскурсантов/туристов содержание рассказа, способствуют формированию информации, ее упорядочению, запоминанию, хранению и воспроизведению в памяти экскурсантов/туристов.

Вторая группа объединяет приемы характеристики, объяснения, вопросов и ответов, ссылки на очевидцев, заданий, словесного монтажа, соучастия, индукции и дедукции. Они выполняют задачу создания внешней картины событий, действия конкретных персонажей.

Виды приемов рассказа:

Прием экскурсионной справки. Экскурсовод сообщает краткие данные о наблюдаемом объекте: дату постройки (реставрации), авторов проекта, размеры, назначение и др.

Прием описания предполагает изложение экскурсоводом характерных черт, примет, особенностей внешнего вида объектов в определенной последовательности (форма,

объем, из какого материала изготовлен, расположение относительно окружающих объектов).

Прием характеристики построен на определении отличительных свойств и качеств предмета, явления, человека. В отличие от приема описания, прием характеристики представляет собой перечисление свойств и особенностей, совокупность которых дает наиболее полное представление о данном объекте, позволяет лучше понять его сущность.

Прием объяснения – форма изложения материала, когда в рассказе, помимо справки об историческом событии, раскрываются сущность и причины, его вызвавшие. Наиболее часто этот прием используется в производственно-экономических и природоведческих экскурсиях, где в рассказе объясняются внутренние связи процессов и явлений.

Прием комментирования используется экскурсоводом при изложении материала, разъясняющего смысл события или замысел автора памятника истории и культуры, который в данный момент наблюдается экскурсантами/туристами. Данный прием используется при показе экспозиций и выставок в качестве пояснений к экспонатам.

Прием репортажа – краткое сообщение экскурсоводом о событии, явлении, процессе, очевидцами которого являются экскурсанты. Рассказ при этом идет об объекте, попавшем в поле их зрения.

Прием цитирования – приведение дословной выдержки из какого-либо текста или чьих-либо слов (прямой речи). К цитированию прибегают для подтверждения своей мысли, сохранения особенностей языка и колорита определенного исторического периода времени, воспроизведения картины события и ознакомления с чьим-то авторитетным

мнением (прием ссылки на авторитет). В экскурсии выступает в роли зрительно воспринимаемой информации.

Прием «вопрос — ответ». Экскурсовод в ходе рассказа задает различные вопросы экскурсантам с целью их активизации.

Виды вопросов:

- вопросы, на которые экскурсовод сразу же или по истечении некоторого времени сам дает ответ в ходе своего рассказа по теме;
- вопросы исторического характера, представляющие собой утверждение чего-либо в форме вопроса;
- вопросы экскурсовода, на которые отвечают экскурсанты. Они заостряют внимание экскурсантов на содержании экскурсии, вносят некоторую разрядку и помогают лучше уяснить подтему.

Прием ссылки на очевидцев. Использование этого приема в рассказе дает возможность для образного воссоздания событий.

Прием заданий находит выражение в обращении экскурсовода к экскурсантам/туристам. Задача этого приема — заинтересовать, заставить их задуматься, активизировать мыслительную деятельность, возбудить воображение. Что же касается ответов на вопросы, то экскурсовод дает их сам в дальнейшем рассказе.

Прием новизны материала состоит в том, что в ходе рассказа по теме сообщаются факты и примеры, неизвестные экскурсантам. Этот прием используется экскурсоводом в тот момент, когда необходимо привлечь внимание группы к объекту, сделать восприятие наблюдаемого более эффективным.

Прием словесного (литературного) монтажа. Экскурсовод строит рассказ на наборе отрывков из различных литературных произведений, документальных материалов,

опубликованных в периодической печати, раскрывая под-
тем у экскурсии и воссоздавая картину событий.

Прием соучастия. Задача этого приема – помочь экс-
курсантам стать участниками того события, которому по-
священа экскурсия. Делается это с помощью, например,
обращения к группе: «Представьте себе, что мы с вами на-
ходимся на открытии корпуса сборки тракторов Минского
тракторного завода».

Прием дискуссионной ситуации. Экскурсовод выдвигает
в своем рассказе такое положение, которое вызывает дис-
куссию, что позволяет заменить монологическую форму
рассказа открытым диалогом. По выдвинутому положению
высказываются два-три экскурсанта, затем экскурсовод,
подводя итоги, делает выводы.

Прием сталкивания противоречивых версий исполь-
зуется в рассказе экскурсовода, например, при оцен-
ке определенного исторического события, утверждения
даты возникновения конкретного города или происхож-
дения названия.

Прием персонификации используется для мысленного
создания образа конкретного человека (писателя, государ-
ственного деятеля, военачальника) с помощью яркого рас-
сказа об отдельных эпизодах его жизни или на основе опи-
сания какого-либо исторического события, в котором этот
человек участвовал.

Прием проблемной ситуации состоит в том, что в расска-
зе экскурсовода ставится проблема, связанная с темой экс-
курсии. Постановка проблемы перед экскурсантами застав-
ляет их задуматься и понуждает найти правильный ответ на
поставленные экскурсоводом вопросы.

Прием отступления состоит в том, что в ходе рассказа
экскурсовод уходит от темы: читает стихотворение, расска-

зывает содержание кинофильма, художественного произведения. Задача — снять усталость экскурсантов/туристов.

Прием индукции применяется в рассказе, когда необходимо совершить переход от частных, единичных случаев и фактов к общей картине, общим выводам.

Прием дедукции как способ рассуждения при переходе от общего к частному. В ряде случаев оба эти приема используются при показе одного объекта. Каждый из них применяется как взаимное дополнение.

Также стоит добавить, что во время общения с экскурсантами/туристами рекомендуется не использовать аббревиатуры и профессиональный жаргон, принятый на предприятии и понятный только его работникам. Экскурсанты/туристы могут неправильно понять экскурсовода, что может привести к конфликтным ситуациям. *Пример:* «Сегодня мы с вами посетим КСТ и МЦ-5» (неправильно). «Сегодня мы с вами посетим сборочное производство, где собирается наша техника, и механическое производство по изготовлению деталей» (правильно).

РАЗДЕЛ 4

ОПИСАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ (ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ) ФОРМ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИИ, МАСТЕР-КЛАССЫ, ДЕГУСТАЦИИ, ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРОГРАММЫ И ДР.

Интерактивная экскурсия – это экскурсионная программа, предполагающая активное включение экскурсантов в мероприятие, взаимодействие всех участников между собой в современном музейном пространстве.

Форматы, связанные с интерактивностью, способствуют:

- интенсификации процесса понимания, усвоения и творческого применения знаний при решении практических задач за счет более активного включения посетителей в процесс;
- повышению мотивации и вовлеченности участников в решение обсуждаемых проблем, что дает эмоциональный толчок к последующей поисковой активности участников, приросту знаний, умений, навыков, способов деятельности и коммуникации, раскрытию новых возможностей участников интерактивной экскурсии;
- сочетанию традиционных и интерактивных форм подачи материала, что позволяет привлечь больше посетителей и участников.

Экскурсия-спектакль – вид экскурсий, который очень быстро набирает популярность благодаря яркости и эмоциональной насыщенности. В ходе театрализованных экскурсий оживают страницы истории и литературы, персонажи и сюжеты. Театрализованная экскурсия является достаточно необычным и стильным способом проведения урока. Не стоит думать, что такой формат не подходит для про-

мышленного предприятия. Единственное, что сдерживает его развитие, — это существенные финансовые вложения, которые, если и окупятся, то не в ближайшей перспективе.

Экскурсия-мастер-класс — особая форма экскурсии, которая основана на практических действиях показа и демонстрации творческого решения. В ходе мастер-класса идет не прямое сообщение знаний, а способ самостоятельного их получения. Мастер-класс предполагает активное использование музейных предметов или их копий, ознакомление с принципами и методами изготовления этих предметов, что позволяет посетителю стать активным участником экспозиционной работы.

Мастер-классы позволяют туристам/экскурсантам прикоснуться своими руками к производству вашей продукции (при соблюдении всех норм и правил посещения и техники безопасности).

Мастер-классы проводят:

- *Минский тракторный завод*. Предоставляет туристам услугу «Собери трактор». Туристам предоставляется возможность поучаствовать в сборке трактора на главном конвейере предприятия. Туристов переодевают в спецодежду и предлагают им выполнить 5 операций на конвейере. После участия в «сборке трактора» туристам выдается сертификат об участии в сборке.

- *ОАО «Белхудожкерамика»*. Проводит мастер-классы по изготовлению изделий из глины, во время которого экскурсанты/туристы могут ощутить себя мастерами гончарных дел и прикоснуться к древнему ремеслу. По итогу мастер-класса клиенты получают готовые изделия, сделанные собственными руками.

- *Сыроварня «Грандмилк»*. Экскурсант/турист может попробовать себя в качестве сыровара, посетив мастер-класс в единственной крафтовой сыроварне Беларуси.

Экскурсия-квест – комбинация классической экскурсии и игры, поиск чего-либо, путешествие к определенной цели через преодоление определенных трудностей. От экскурсии берется определенная тема, заранее составленный маршрут, зрелищность, а от квеста – головоломки, загадки, активность участников.

Для туристов/экскурсантов, посещающих предприятия пищевой промышленности, после проведения экскурсии по производству можно организовать **дегустацию**. По сути, это рекламное мероприятие, один из видов стимулирования покупателей, в ходе которого предоставляется возможность (бесплатно) ознакомиться с вкусовыми и эстетическими свойствами товара. При производстве нескольких видов продукции можно делать различные дегустации на выбор туристов/экскурсантов по заранее определенному перечню дегустаций при записи на экскурсию. Во время дегустации экскурсовод продолжает рассказывать о конкретной продукции предприятия, представленной на дегустации. Наиболее интересные дегустации проводятся в пивоваренной компании «Аливария» и на кондитерской фабрике «Коммунарка».

После проведения дегустации и окончания экскурсии туристов/экскурсантов можно проводить в фирменный магазин, где они смогут приобрести понравившийся им продукт (можно предусмотреть систему скидок для туристов/экскурсантов в магазине). Сувениры на производственных экскурсиях являются визитными карточками предприятия, отображают достижения компании, представляют собой средство продвижения продукции. Посещение фирменного магазина и приобретенная продукция всегда вызывают дополнительные позитивные эмоции участников экскурсии.

РАЗДЕЛ 5

ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЭКСКУРСИЙ

Безопасность туристов в стране или месте туристского назначения связана с большим количеством правил и нормативных предписаний, которые должны выполняться не только субъектами туристической деятельности, но и ее участниками, а также целым рядом других административных органов, работающих в различных экономических и социальных секторах.

Охрана труда – система обеспечения безопасности жизни и здоровья работающих в процессе трудовой деятельности, включающая правовые, социально-экономические, организационные, технические, психофизиологические, санитарно-противоэпидемические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия и средства (Закон Республики Беларусь «Об охране труда»).

Техника безопасности – вид деятельности (система организационных и технических мероприятий, защитных средств и методов) по обеспечению безопасности любой деятельности человека, в том числе и трудовой деятельности.

Примечания:

- с позиции безопасности труда под термином «техника безопасности» более узко понимается защита работающих от воздействия опасных производственных факторов.
- с позиции охраны труда под термином «техника безопасности» понимается защита наемных работников и лиц, приравненных к ним, от воздействия опасных производственных факторов, являющаяся одной из основных частей охраны труда в целом (ГОСТ 12.0.002-2014 «Система стандартов безопасности труда. Термины и определения»).

Как описано выше в терминах, охрана труда и техника безопасности применимы для наемных работников предприятий и организаций и не могут быть применены для туристов/экскурсантов, так как они не являются работниками предприятия или организации, куда они пришли на экскурсию. Но при проведении экскурсий в организации проводят целевой инструктаж по охране труда (Инструкция о порядке обучения, стажировки, инструктажа и проверки знаний работающих по вопросам охраны труда, утвержденная постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 28.11.2008 № 175).

Согласно ст. 24 Закона о туризме, *под безопасностью в сфере туризма* понимаются сохранность жизни, здоровья, имущества туристов, экскурсантов, нанесение вреда окружающей среде при совершении туристических путешествий.

Согласно ГОСТ 32611-2014 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов», *риск (возможная опасность) в туризме* — это вероятность причинения вреда жизни и здоровью туристов, имуществу, окружающей среде, жизни и здоровью животных и растений с учетом тяжести этого вреда.

К рискам в туризме относятся:

- травмоопасность;
- пожароопасность;
- гидрометеорологическая опасность;
- биологическая, экологическая, токсикологическая, радиоактивная, криминогенная, военно-политическая опасность;
- специфические риски.

Для проведения безопасной экскурсии на предприятии или в организации следует совместно с работниками службы охраны труда:

- составить безопасный маршрут экскурсии;

- разработать правила посещения туристами предприятия или организации;
- предусмотреть средства индивидуальной защиты для туристов, посещающих ваше предприятие (в связи со спецификой производства).

Безопасный маршрут экскурсии

При пешем перемещении туристов по территории предприятия или организации следует уделить внимание на соблюдении Правил дорожного движения как сотрудниками организации, так и сторонними водителями, которые посещают предприятие.

Если при пешем перемещении туристов по ходу экскурсии они пересекают выезды из производственных цехов, то следует рассмотреть вопрос об установке предупреждающих знаков «Внимание! Въезд-выезд технологического транспорта».

При посещении подразделений, где имеются перемещения технологического транспорта:

- транспорту следует передвигаться по подразделению с включенным ближним светом фар;
- при непосредственной близости транспорта к туристам остановить движение транспорта до тех пор, пока туристы не пройдут.

При организации маршрута экскурсии следует учитывать производственный процесс. Во время посещения территории предприятия или организации туристы не должны иметь свободного доступа к производственному и технологическому оборудованию и другим системам.

Следует использовать различные виды ограждений, исключающие несанкционированный доступ туристов/экскурсантов к технологическому оборудованию.

Во время проведения экскурсий в рамках промышленного туризма туристам/экскурсантам **запрещается**:

- перемещаться под мостовым краном (тельфером) с грузом. Необходимо стоять в безопасной зоне. Ни в коем случае не допускать остановки туристов/экскурсантов под грузом;
- смотреть на процесс сварки (смотреть на пламя сварки);
- трогать руками станки, оборудование, провода, стружку;
- самостоятельно нажимать на кнопки;
- подходить к рабочей зоне и движущимся частям оборудования;
- перебегать дорогу перед движущимся транспортом;
- заходить за ограничительные линии и ограждения;
- трогать руками заготовки, сырье и другие материалы без разрешения экскурсовода.

Не следует разрешать группам туристов самостоятельно расходиться по территории предприятия или организации, а также структурным подразделениям.

Совместно с работниками службы охраны труда необходимо определить места, которые туристы могут посещать, и те места, куда туристам вход запрещен. В местах, куда туристам вход запрещен, необходимо разместить запрещающие знаки или таблички «Посторонним проход запрещен».

Правила посещения предприятия или организации во время экскурсии в рамках промышленного туризма

Данные правила регламентируют действия туристов/экскурсантов на территории предприятия и разрабатываются совместно с работниками службы охраны труда вашего предприятия.

Правила утверждаются приказом руководителя предприятия вместе с Положением об экскурсиях в рамках промышленного предприятия.

В правилах описывается, когда и при каких условиях турист или группа туристов может посетить предприятие или организацию, что запрещено делать, проносить и использовать, а также последствия для туриста при несоблюдении утвержденных правил.

Правила могут быть напечатаны как в виде текстовой информации, так и в виде текстово-графической информации.

Если планируется принимать иностранных туристов, то следует перевести правила посещения на иностранные языки.

После ознакомления с правилами посещения следует уточнить у туристов, есть ли у них вопросы по правилам посещения, и зарегистрировать в журнале посетителей с обязательной подписью туриста об ознакомлении с правилами посещения.

Средства индивидуальной защиты для туристов

Средства защиты – технические средства, предназначенные для предотвращения и/или уменьшения воздействия опасных и/или вредных производственных факторов на организм работающего (ГОСТ 12.0.002-2014 «Система стандартов безопасности труда. Термины и определения»).

Средства индивидуальной защиты – средства защиты одного работающего, функционально связанные с его организмом (ГОСТ 12.0.002-2014 «Система стандартов безопасности труда. Термины и определения»).

Применения средств индивидуальной защиты нужно рассматривать в связи со спецификой производства.

На предприятиях **пищевой промышленности** необходимо соблюдать санитарные нормы и правила. На экскурсию не должны допускаться экскурсанты/туристы при проявлении у них признаков желудочно-кишечных заболеваний, повышения температуры, нагноения и других признаков заболеваний.

Для посещения предприятий пищевого производства лицам до 18 лет понадобится справка, в которой будет указано об отсутствии инфекционных заболеваний у детей, а для лиц старше 18 лет предусмотрено заполнение «Анкет-ты гостя», в которой гость (турист/экскурсант) декларирует свое состояние здоровья.

По санитарным нормам пищевого предприятия туристам-экскурсантам следует выдать спецодежду (накидку (халат), шапочку, закрывающую волосы, бахилы).

Для предотвращения попадания посторонних предметов в сырье не допускается:

- вносить в производственные помещения мелкие стеклянные и металлические предметы;
- застегивать одежду булавками, иголками;
- носить кольца, серьги, бусы, цепочки и браслеты.

В промышленном производстве туристам/экскурсантам в возрасте от 18 лет можно на выбор выдавать бейдж с надписью «Посетитель/Visitor» или светоотражающий жилет с надписью «Посетитель/Visitor». Лицам до 18 лет в обязательном порядке следует выдавать светоотражающий жилет.

В местах проведения экскурсий, где производственный цикл требует от работников использования средств индивидуальной защиты (далее – СИЗ), выдавать СИЗ нужно и туристам/экскурсантам.

В случае грубого нарушения правил посещения предприятия туристом экскурсовод имеет право досрочно закончить экскурсию и вывести туристов/экскурсантов за территорию предприятия (без возврата стоимости входного билета). В случае умышленного причинения вреда собственности предприятия или другим туристам/экскурсантам турист может быть задержан и передан сотрудникам МВД Республики Беларусь.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данные методические рекомендации по сути являются инструкцией для предприятия и экскурсовода для самостоятельной организации производственных экскурсий, причем на постоянной основе.

В методических рекомендациях даны определения наиболее важных понятий, связанных с туристической отраслью в целом и промышленным туризмом в частности, а также классификация в зависимости от различных критериев. Определена целевая аудитория для экскурсий на промышленные предприятия.

Также в материалах обозначены цели и задачи промышленного туризма. Благодаря этому предприятия, планирующие организацию туров, смогут четко определить, на что именно они могут рассчитывать от нового вида деятельности.

Особое внимание уделено отбору объектов и формированию маршрута экскурсии. Ведь именно от этого будет зависеть популярность туристической услуги и финансовые вложения, которые она потребует. Кроме того, определен порядок составления технологической карты и контрольного текста экскурсии. Важным элементом методических рекомендаций является приведение конкретного примера – контрольного текста экскурсии «МТЗ – флагман белорусской промышленности».

Пользователям методических рекомендаций станет понятно, что такое «портфель экскурсовода», что он должен содержать и как может помочь экскурсоводу в проведении экскурсий по промышленному предприятию. Также можно узнать, какие технические средства могут быть использованы, чтобы облегчить труд экскурсовода и повысить эффективность его работы.

В данных материалах описаны этапы подготовки и основные требования к проведению производственной экскурсии, сформулированы ее цели, задачи и темы, а также обосновано использование приемов показа и рассказа как основных в работе экскурсовода на промышленных предприятиях.

Завершают методические рекомендации правила техники безопасности, которыми нельзя пренебрегать на любой экскурсии, а во время экскурсии на промышленные предприятия они должны соблюдаться безусловно.

Экскурсии, организованные в рамках промышленного туризма, могут стать частью маркетинга предприятия, занять достойное место в проведении бизнес-миссий, деловом обмене опытом, поиске партнеров, укреплении бренда, повышении корпоративной культуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об охране труда [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 23 июня 2008 г., № 356-З : в ред. Закона Респ. Беларусь от 18 дек. 2019 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.
2. Емельянов, Б. В. Экскурсоведение: учеб. / Б. В. Емельянов. – 5-е изд. – М. : Совет. спорт, 2004. – 216 с.
3. Материалы для подготовки к компьютерному тестированию с целью прохождения профессиональной аттестации, подтверждающей квалификацию экскурсоводов и гидов-переводчиков / ГУ «Национальное агентство по туризму». – Минск : Национальное агентство по туризму, 2020. – 528 с.
4. Методические рекомендации по проведению экскурсий с обучающимися различных возрастов / ГУ «Национальное агентство по туризму». – Минск : Национальное агентство по туризму, 2021. – 258 с.
5. Создаем настоящее ; Сохраняем историю [Изоматериал] / [Открытое акционерное общество «Минский тракторный завод» ; автор текста Ю. П. Дыленок ; редкол.: Ю. П. Дыленок и др. ; фото: В. В. Рожков]. – Минск : Колорград, 2021. – 103 с.
6. Методические рекомендации по составлению и оформлению технологической карты и контрольного текста экскурсии / Т. А. Федорцова. – Минск : Колорград, 2021. – 100 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Предприятия, которые занимаются проведением промышленного туризма на постоянной основе:

- ✓ *Открытое акционерное общество «Минский тракторный завод». Музейно-промышленный центр трудовой славы МТЗ.* Республика Беларусь, г. Минск, ул. Долгобродская, 35; +375336334183; +375173989415; mtztourism@mtz.by;
- ✓ *Открытое акционерное общество «БЕЛАЗ» – управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ».* Республика Беларусь, г. Жодино, ул. 40 лет Октября, 4; +375445660472; +375 177527272; tur@belaz.minsk.by;
- ✓ *Открытое акционерное общество «Стеклозавод «Нёман».* Республика Беларусь, Гродненская обл., Лидский р-н, г. Березовка, ул. Корзюка, 8; +375154602714; +375299416026; ok2@neman.by;
- ✓ *Совместное открытое акционерное общество «Коммунарка».* Республика Беларусь, г. Минск, ул. Аранская, 18 (центральная проходная);
- ✓ *Совместное предприятие открытое акционерное общество «Спартак».* Республика Беларусь, г. Гомель, ул. Советская, 63; +375232304467; stolovaya@spartak.by;
- ✓ *Открытое акционерное общество «Туровский молочный комбинат».* Республика Беларусь, Гомельская обл., Житковичский р-н, г. Туров, ул. Ленинская, 154; + 375293213506; stl@turovmilk.by;
- ✓ *Открытое акционерное общество «Пивоваренная компания Аливария».* Республика Беларусь, г. Минск, ул. Киселева, 30; +375295001755; +375172395836; museum@alivaria.by;
- ✓ *Открытое акционерное общество «Гомельское ПО «Кристалл» – управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ».* Республика Беларусь, г. Гомель, ул. Черниговская, 22Б, корп. 2; +375232279379, факс: +375232279379; holding@kristall.by.