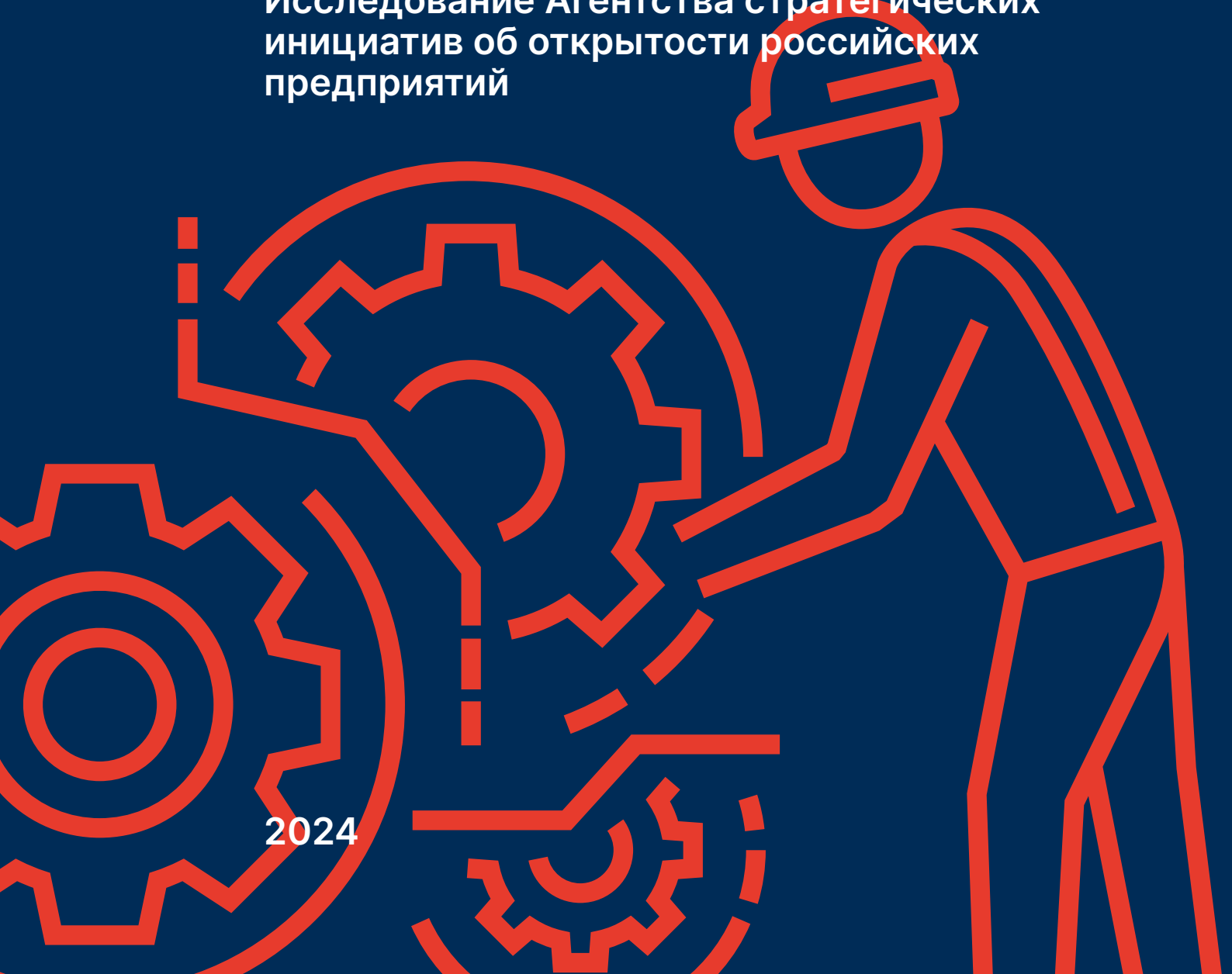
АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

ПРОМлюди: самые гостеприимные предприятия России

Исследование Агентства стратегических инициатив об открытости российских предприятий



2024

ПОСЕТИТЕЛЬ
ПОСЕТИТЕЛЬ

Агентство стратегических инициатив с 2021 года реализует программу по развитию промышленного туризма «Открытая промышленность», направленную на продвижение кадрового и технологического потенциала российских производителей. В рамках программы «Открытая промышленность» свыше 1000 российских предприятий разработали познавательные профориентационные экскурсии на производства и открыли свои проходные для школьников, студентов, туристов. В состав участников программы вошли компании различной отраслевой принадлежности: от металлургии, энергетики, авиа- и машиностроения, легкой и пищевой промышленности до сельского хозяйства и народно-художественных промыслов. К демонстрации своих производств и диалогу с потребителем готовы в том числе инновационные предприятия, технопарки, особые экономические зоны, компании — разработчики уникальных технологий.

Интерес к промышленному туризму подтверждается статистикой посещаемости производственных экскурсий: если в 2022 году промышленными туристами стали 800 тыс. человек, то **в 2023 году** промышленные предприятия посетило уже более миллиона человек. Полученные после экскурсий отзывы подтверждают, что туристы, побывавшие на предприятии, с гордостью и интересом рассказывают о достижениях российской промышленности, больше знают о различных профессиях.

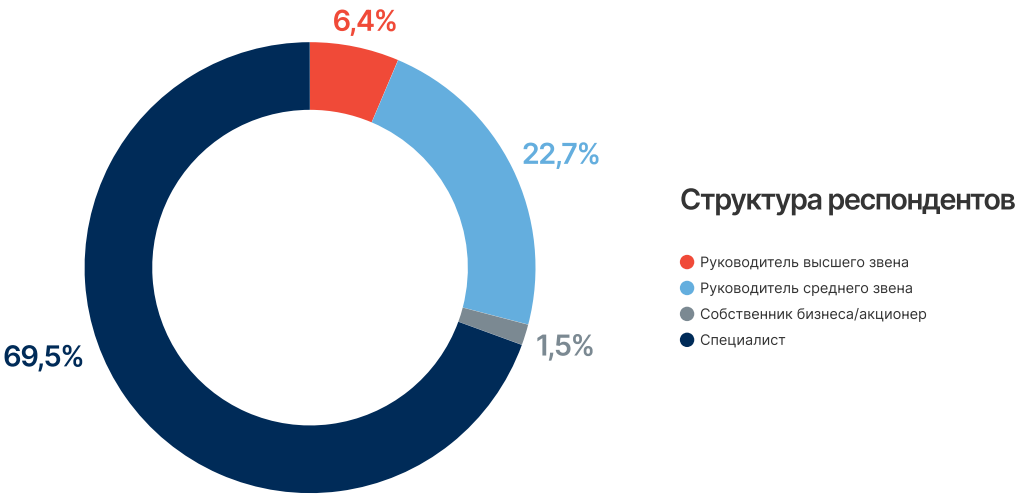
Каждый 100-й россиянин побывал с экскурсией на российском предприятии

В 2023 году Агентством стратегических инициатив при поддержке Минпромторга России проведен опрос работников российских предприятий с целью определения их отношения к промышленному туризму. Цель исследования — выяснить, поддерживают ли работники политику открытости их предприятий. В результате были выявлены мотивы участия сотрудников в промышленных экскурсиях, оценена готовность работников рассказывать о своей профессиональной деятельности, демонстрировать рабочие места и становиться главными героями новых индустриальных фильмов и публикаций в социальных сетях.

По итогам исследования на основе индекса гостеприимства предприятий был подготовлен рейтинг компаний и федеральных округов.

Опрос проводился в период с июня по ноябрь 2023 года. В нем приняли участие свыше **10 000 сотрудников** российских предприятий: руководители, технологи, конструкторы, рабочие, опытные профессионалы и молодые специалисты из **85 регионов** России.

Структура респондентов: 69,4% ответивших — специалисты, 22,6% — руководители среднего звена, 6,5% — руководители высшего звена и 1,5% — собственники бизнеса и акционеры.



ПРОМлюди

Елена Романова, руководитель службы коммуникаций ГРК «Быстринское»

«Конечно, промтуризм вдохновляет! Лично у меня мурашки по коже, когда гости хором задорно кричат наши правила безопасности. Нравится, когда они сами зовут погулять по поселку, хотя за весь день набегали 20 тыс. шагов по ГОКу либо вообще присоединяются к занятиям в ФОКе или благотворительному забегу на несколько километров. Пишут стихи! И, конечно, просятся еще».

ПРОМлюди

Елена Игнатьева, специалист управления делами и экскурсовод АО «Уральская Сталь»

«Осознание того, что затея с промтуризмом на комбинате — дело нужное, пришло, когда мы приняли первых платных туристов из соседнего города Орска и Нижегородской области. Услышав их восторженные отзывы о том, какую гордость они испытали за металлургов и за нашу индустрию, мы вдохновились еще больше. Значит, важно продолжать. Мы не отступим!»

ОТКРЫТОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ

Согласно опросу, каждые три предприятия из четырех открыто для приема туристов. 76% респондентов ответили, что их предприятие уже открыто для туристов/гостей/бизнес-делегаций и только 14% опрошенных на вопрос, принимает ли их предприятие туристов/гостей/бизнес-делегации, ответили, что не принимает.

90% опрошенных считают, что российские предприятия должны открываться для посетителей

Самые «открытые» отрасли промышленности (наибольший % среди респондентов, ответивших, что их предприятия открыты для туристов):

- 89% — металлургия;
- 89% — народно-художественные промыслы и индустрия производства детских товаров;
- 84% — машиностроение;
- 83% — химический комплекс.

Самые «закрытые» отрасли промышленности (наименьший % среди респондентов, ответивших, что их предприятия открыты для туристов):

- 37% — фармацевтическая и медицинская промышленность;
- 46% — инновационные компании / IT;
- 59% — промышленность строительных материалов.

ДОЛЖНЫ ЛИ РОССИЙСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОТКРЫВАТЬСЯ ДЛЯ ТУРИСТОВ И С КАКОЙ ЦЕЛЬЮ?

Девять из десяти участников опроса отметили, что российские предприятия должны открываться для посетителей. При этом основные цели развития промтуризма, по мнению респондентов исследования, распределились следующим образом:

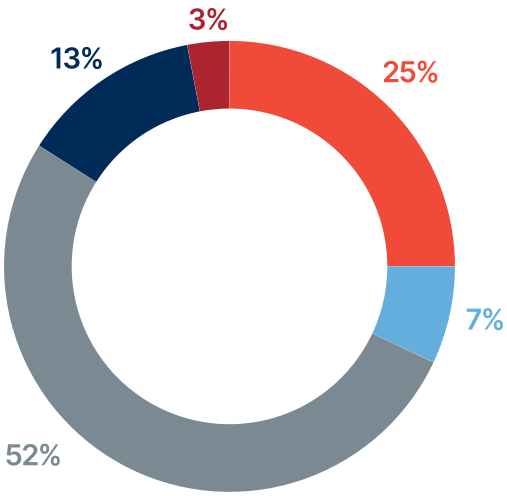
- более половины респондентов (52%) считают, что основная цель развития промышленного туризма — профориентация, т.к. благодаря профориентационным экскурсиям можно показывать перспективы работы на предприятии школьникам и/или студентам;
- 25% опрошенных отметили, что предприятиям важно открываться с целью знакомства потенциальных заказчиков и поставщиков с продукцией предприятия, а также обмена опытом;
- 13% участников опроса основной целью считают демонстрацию качества производимой продукции, безопасности технологического процесса;
- еще 7% ответивших отметили, что российским предприятиям важно открывать двери посетителям, объясняя свою позицию тем, что дети могут узнать о месте, где работают их родители;
- 3% отметили, что открытость важна, чтобы рассказать об экологической повестке местным жителям.

ПРОМлюди

Ольга Харина, директор департамента по региональной политике и взаимодействию с органами государственной власти ИНК

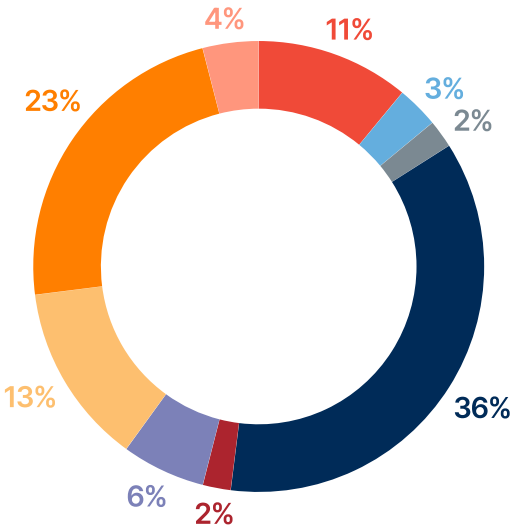
«Промышленный туризм позволяет «примерить» профессию и отрасль: посетив экскурсию, студент или молодой специалист сможет понять, станет ли полимерный завод его судьбой, судьбой его детей. Именно поэтому большое внимание при создании программы мы уделили знакомству с командой, людьми, которые уже приехали работать на завод со всей России, или профессиями, которые уже завтра будут востребованы здесь, условиями труда, перспективами роста и т.д. При этом есть в промтуризме и общее с традиционным туризмом — это новые впечатления, знакомства, а главное — незабываемые эмоции и горящие сердца».

Важно отметить, что лишь 10% респондентов считают, что российские предприятия не должны открываться для посетителей. Основной аргумент, который они приводят: это не принесет пользы предприятию (36%). Такие сотрудники не видят результата от развития промышленного туризма. 23% опасаются промышленного шпионажа, видят угрозу в том, что туристы в ходе экскурсий смогут узнать секреты производства. 13% считают, что туристы мешают производственным процессам и отвлекают от работы. Небольшая часть опрошенных считает промышленный туризм небезопасным (11%): они опасаются, что в ходе посещения предприятия туристы могут получить травму, а также сломать оборудование, навредить производству, пойти куда-то не туда (6%).



Зачем открывать двери российским предприятиям?

- Познакомить с производством и продукцией потенциальных заказчиков, поставщиков, обменяться опытом
- Показать детям предприятие, на котором работают родители
- Показать перспективы работы на предприятии школьникам и/или студентам
- Рассказать о качестве и безопасности производимой продукции и технологиях туристам
- Рассказать об экологической политике местным жителям



Почему предприятия не должны открываться для туристов?

- Могут получить травму на производстве, а отвечать предприятию
- Не хотим, чтобы на нас смотрели посторонние люди
- Непрезентабельное производство – нам нечего показывать
- Предприятию это не нужно – не будет результата
- Считаю, что никому не интересен производственный процесс
- Туристы могут сломать оборудование, навредить производству, пойти куда-то не туда
- Туристы отвлекают от работы
- Туристы узнают секреты производства, что нанесет ущерб компании
- Это бессмысленные затраты

КТО, ЕСЛИ НЕ Я? ЛИЧНОЕ УЧАСТИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА НА ПРЕДПРИЯТИИ

91% опрошенных гордятся своим предприятием

Наибольший процент ответивших положительно на вопрос «Гордитесь ли вы своим предприятием?» заняты в сфере станкостроения, тяжелого машиностроения, судостроения и производства морской техники, химического комплекса.

89% опрошенных считают, что людям может быть интересно то, чем они занимаются, при этом **79%** готовы принимать личное участие в промышленном туризме и рассказывать о своей работе. А **88%** опрошенных интересно мнение гостей об их родном предприятии.

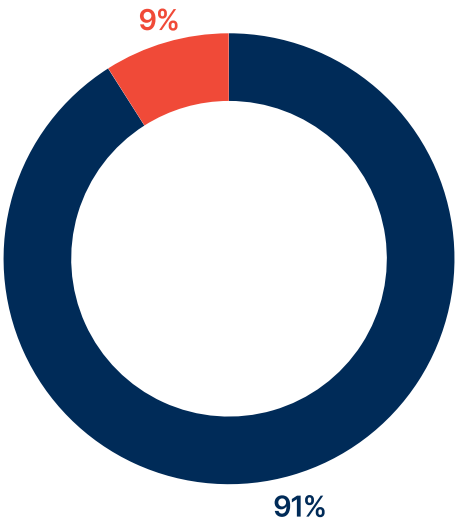
Для оценки особенностей аудитории исследования была проведена сегментация респондентов1. В результате удалось выявить следующие группы работников предприятий: альтруисты (27%), лояльные сотрудники (45%), скептики (7%), сотрудники закрытых предприятий (21%). Рассмотрим подробнее каждую из категорий.

ПРОМлюди

Артем Муравьев, начальник Учебного подземного полигона, экскурсовод маршрута «Забойная смена»

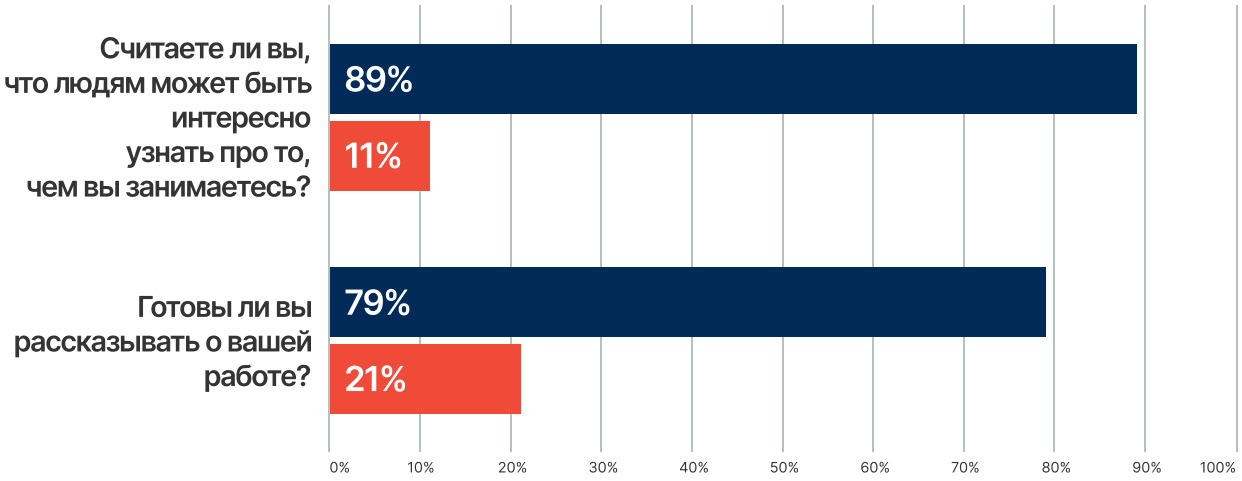
«С развитием промтуризма на нашем полигоне появилась возможность делиться этой шахтной романтикой с туристами, окуная их в особую атмосферу подземной добычи полезных ископаемых. Мне нравится рассказывать о шахте. Во время экскурсий я вижу восторг в глазах экскурсантов при знакомстве с горной техникой. Они заваливают меня вопросами о быте и труде шахтеров, например: «Почему машинист должен ездить по выработкам, находясь в кабине боком к лобовому стеклу?»

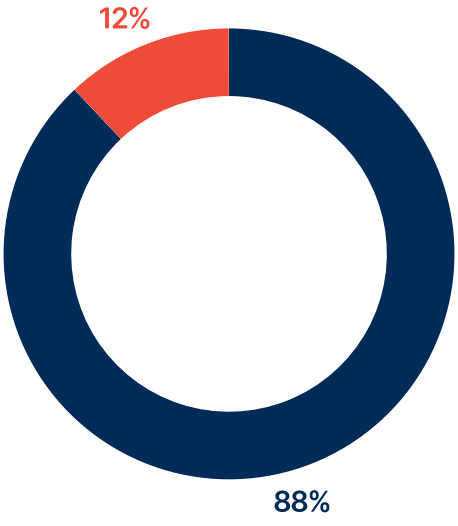
1 Под сегментацией понимается кластерный анализ, который позволяет сгруппировать респондентов относительно наиболее схожих паттернов ответов (в одном кластере оказываются те респонденты, кто наиболее похоже отвечает на все вопросы).



Гордитесь ли вы своим предприятием?

Да
Нет





Интересно ли вам мнение гостей предприятия о производстве, на котором вы работаете?

Да
Нет

Сегмент 1. Альтруисты — участники программы по развитию промтуризма

С точки зрения совершенствования практик производственного туризма наиболее важным является сегмент сотрудников-альтруистов, который включает сотрудников предприятий, уже вовлеченных в реализацию программы по развитию промышленного туризма АСИ «Открытая промышленность». Подавляющее число респондентов этого сегмента знают, что их предприятие принимает участие в программе (95%), и поддерживают инициативу об открытии предприятия для программ промышленного туризма (100%).

По отношению к другим сегментам данная группа представлена преимущественно топ-менеджерами (70%), руководителями среднего звена (41%), собственниками и акционерами бизнеса (59%).

География сегмента представлена относительно равномерно. Отличительной особенностью является повышенная доля среди альтруистов представителей нескольких федеральных округов: Северо-Западного (42%), Северо-Кавказского (39%), Южного (39%).

Мотивом у альтруистов открыть производство для туристов является желание показать перспективы работы на предприятии (51%), познакомить с производством и продукцией компании (27%), рассказать о качестве и безопасности продукции (15%). Также в данный сегмент вошли исключительно респонденты, испытывающие гордость за предприятие, готовые рассказать о своей работе, интересующиеся мнением людей и считающие, что туристам будет интересно узнать об их производстве.

ПРОМлюди

Елена Романова, руководитель службы коммуникаций ГРК «Быстринское»

«Экскурсии помогают в профориентации школьников и студентов: оказывается, что на ГОКе задействованы десятки специальностей, и это не только горняки, геологи и обогатители! Здесь также работают энергетики, механики, маркшейдеры, химики, водители, машинисты, бухгалтеры, менеджеры по персоналу, строители и даже журналисты. К тому же экскурсии помогают и новым быстринцам поскорее адаптироваться к нашей «космической» среде. Вовлеченные в экскурсии сотрудники очень стараются показать ГОК самым разным и самым крутым, они болеют за свое предприятие. Отзывы в соцсетях людей со стороны помогают не только в развитии туристического направления, они показывают привычные для сотрудников процессы с другой стороны, вдохновляя и вселяя еще большую гордость за их работу».

Сегмент 2. Лояльные сотрудники (лоялисты) — потенциальные участники программы по развитию промтуризма

Данная группа представлена в основном специалистами (73%) и менеджерами среднего звена (22%). Сегмент равномерно представлен во всех федеральных округах.

Аналогично с альтруистами в группе лоялистов высокая доля работников поддерживает открытие предприятия для промышленного туризма (97%), знает об участии предприятия в программе (81%). Отличительной особенностью сегмента является чрезвычайно низкая доля работников, лично участвующих в экскурсиях (1%), и высокая доля желающих принять участие (55%). Аналогично с первым сегментом в группу лояльных сотрудников вошли исключительно респонденты, испытывающие гордость за предприятие, готовые рассказать о своей работе, интересующиеся мнением людей и считающие, что туристам будет интересно узнать об их производстве.

ПРОМлюди

Наталья Ивушкина, совладелица «Сибшахтостроя»

«В 2023 году на базе нашей экскурсии появился проект «Цех. Индустриальный эксперимент». Уральский дизайнер Никита Баранов, побывав на предприятии, вдохновился мощью завода и личностью его создателя и, кстати, основателя «Сибшахтостроя» Анатолия Ивушкина и разработал специальную коллекцию одежды «Индустриальный эксперимент», модный показ которой прошел на заводе в действующем цехе покраски. Думаю, вполне логично, что проект родился именно в Новокузнецке, ведь это город промышленности, культуры и высокого интеллекта. Помимо показа коллекции одежды, проект стал настоящим культурным событием: в нем участвовали художники, скульпторы, актеры, танцоры и другие деятели искусства, а по подиуму дефилировали в том числе наши сотрудники. Вырученные средства от «Цеха» мы направили на благотворительность. Когда нас спрашивают, для чего вообще мы занимаемся этим «творчеством», отвечаю, что мы просто не можем им не заниматься, так хочется поделиться с земляками креативом, гордостью за предприятие».

Сегмент 3. Скептики — сотрудники предприятий, не участвующих в программе по развитию промтуризма

Респонденты, попавшие в сегмент скептиков, в основном представляют коллективы закрытых предприятий. В данной группе можно наблюдать наивысшую долю несогласных с необходимостью открывать предприятия для туристов (40%). А наибольшую долю респондентов составляют рядовые работники предприятий — специалисты (97%). Предприятия, на которых работают представители этого сегмента, сконцентрированы в основном в Центральном федеральном округе (86%). Доля считающих, что туристическая программа не принесет предприятию положительных результатов, среди этой категории составляет рекордные 80%. Предположительно ключевой причиной негативных оценок программы по развитию промышленного туризма являются низкие оценки респондентами самой компании: 70% от всех респондентов этого сегмента не испытывают гордости за предприятие.

Важным показателем является наличие интереса в данном сегменте к участию в проекте. Каждый второй респондент группы скептиков хотел бы принять участие в программе производственного туризма (54%), но их предприятие пока не входит в программу по развитию промтуризма. Также высокая доля респондентов готова рассказать о своей работе (61%) и получить обратную связь от туристов (52%).

ПРОМлюди

Ольга Лузина, экскурсовод-человек компании «Промобот»

«Мы рассказываем гостям, как увлечение может перерасти в бизнес, который известен во всем мире и приносит миллионы долларов. Это хорошая мотивационная история для детей, которые не знают, чем заниматься в жизни и как развивать свои навыки. А еще мы наблюдаем за процессом создания роботов и обязательно много играем, шутим и развлекаемся. Бывает, нам задают много забавных вопросов или, наоборот, очень сложных. Мы стараемся ответить на все и, если возникает необходимость, привлекаем к ответу наших специалистов».

Сегмент 4. Сотрудники закрытых предприятий

Аналогично со скептиками этот сегмент имеет высокую долю не согласных с необходимостью открывать предприятие для туристов и не желающих принимать участие в проекте (86%).

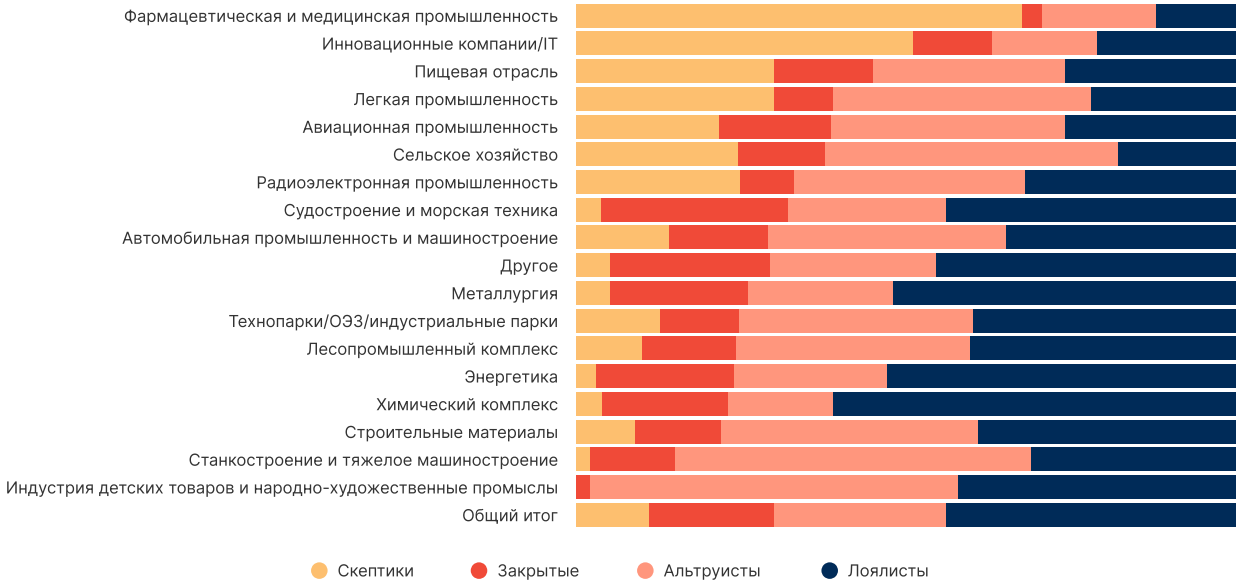
Сотрудники предприятий, попавшие в этот сегмент, обосновывают свою точку зрения необходимостью обезопасить туристов от получения травмы (53%), желанием сохранить приватность работы, что часто связано с наличием корпоративной тайны (55%), попыткой сохранить качество (65%) и комфорт (81%) на рабочем месте.

Сотрудники этого сегмента испытывают гордость за предприятие (93%), а также считают, что в целом людям было бы интересно узнать об их работе (73%). Однако они не готовы распространяться о своей деятельности (86%).

Для лучшего понимания, какие факторы могут влиять на мнение респондента о включении компании в программу развития промтуризма, мы составили таблицу, из которой наглядно видны некоторые закономерности среди тех, кто считает, что производству необходимо участвовать в программе развития промышленного туризма, и тех, кто против этого.

Не являются экскурсоводами, производства находятся не в УФО, СЗФО, ДФО	Считают, что производству нет необходимости участвовать в программе промышленного туризма	10% от выборки **(73% против)**
Гордятся предприятием, производства находятся в УФО, интересуются мнением гостей, не руководители высшего звена	Считают, что производству необходимо участвовать в программе промышленного туризма	10% от выборки **(99% за)**
Интересуются мнением гостей, занимают руководящие должности, готовы рассказать о работе, считают, что людям интересно узнать о компании, производства находятся не в СКФО	Считают, что производству необходимо участвовать в программе промышленного туризма	10% от выборки **(99% за)**

Распределение кластеров в разрезе отраслей бизнеса



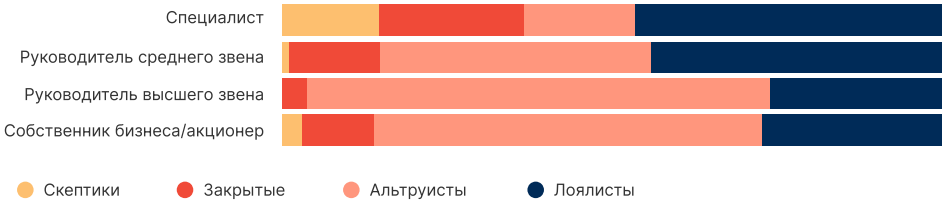
Распределение кластеров в отраслевом разрезе

По результатам данных опроса также проанализировано распределение респондентов различных кластеров в отраслевом разрезе. Наиболее вовлеченные в развитие промышленного туризма отрасли — компании из сферы детских товаров и художественных промыслов (56%), станкостроения и тяжелого машиностроения (54%). Наибольшим потенциалом вовлечения сотрудников в проект обладают предприятия химической промышленности (61%). А наиболее закрытой отраслью по результатам исследования стали судостроение и морская техника (28%).

Распределение кластеров в разрезе должности респондентов

Значимые различия в отношении респондентов к программе развития промышленного туризма можно наблюдать в зависимости от занимаемой должности. Наиболее заинтересованными в участии в проекте оказались руководители высшего звена: более 96% респондентов данной группы уже открыли свои предприятия промышленному туризму либо заинтересованы в этом. Второе место по доле альтруистов и лоялистов занимают собственники бизнеса (86%) и руководители среднего звена (85%). Точкой роста и масштабирования развития промтуризма является вовлечение в реализацию проекта категории специалистов. Данный сегмент имеет наименьшую долю вовлеченных в проект сотрудников (17%) и наивысшую долю сотрудников кластера «закрытые предприятия» (22%).

Распределение кластеров в профессиональном разрезе



Индекс гостеприимства предприятий

Главной целью индекса является выявление точек наиболее активного развития промышленного туризма и потенциала компаний для масштабирования проекта. Расчет индекса производится в разрезе организаций и федеральных округов. В первом случае оценка компании формируется в абсолютных значениях — балансе положительных ответов респондентов:

$$R = C_1 + C_2 * 2$$

где **R** — рейтинг компании,
C_1 — участие предприятия в проекте (1 положительный ответ — 1 балл),

C_2 — желание сотрудников быть включенными в проект производственного туризма (1 положительный ответ — 2 балла).

К положительным ответам были отнесены знание сотрудника об участии его предприятия в программе по развитию производственного туризма, согласие сотрудника с необходимостью участия предприятия в подобных программах.

В результате был получен рейтинг компаний, где наибольшее число сотрудников в абсолютном выражении знает об участии их предприятия в программе производственного туризма и ориентировано на включение в проект.

Рейтинг гостеприимных предприятий

Наименование компании	Значение рейтинга
КАО «Азот»	1806
ПАО «ТМК»	1569
УК «Металлоинвест»	1299
ПАО «Россети Центр»	1264
ПАО «Газпром»	862
ПАО «ММК»	836
АО «ОМК»	693
ПАО «Транснефть»	469
АО УК «Кузбассразрезуголь»	424
АО «ЦЭНКИ»	405
ПАО «РусГидро»	372
ПАО «ГМК «Норильский никель»»	350
АО «Прииск Соловьёвский»	251
АО «Уральская Сталь»	210
АО «СУЭК-Кузбасс»	205
ОАО «Уральская горно-металлургическая компания»	203
ООО «ОКБ Микрон»	166
ООО «ИНК»	157
ООО «Иркутская нефтяная компания»	152
АО «ОЭЗ ППТ «Алабуга»»	152
ПАО «Кокс»	144
ПАО «Сегежа Групп»	141
АО «ОКБ КП»	138
ООО «ОСК»	137
ООО «КЗ «ЭКСПЕРТ-КАБЕЛЬ»»	135
ООО «Краснодарский Компрессорный Завод»	132
ООО «СВЕЗА»	128
АО «Георг Полимер»	122
ООО «Севкаврентген-Д»	120
АО «Щелково Агрохим»	117
АО «ПСЗ «Янтарь»»	116
ООО «КЕРАМА МАРАЦЦИ»	113
ООО «Новые Технологии»	109
ООО «Ателье Гончарова»	105
АО «РЭС»	104
ООО «НПО Аврора»	101

ПАО «Россети Центр» — управляющая организация ПАО «Россети Центр и Приволжье»

Компания ведет бизнес на территории 20 регионов центральной части России, обеспечивая электроэнергией население, крупные промышленные компании и предприятия транспорта и сельского хозяйства, социально значимые объекты, осуществляя технологическое присоединение новых потребителей к электрическим сетям. Сразу несколько предприятий, входящих в «Россети Центр», стали участниками программы «Открытая промышленность». Среди них «Калугаэнерго» (Калужская область), «Нижновэнерго» (Нижегородская область). 100% принявших участие в опросе от «Россети Центр» ответили, что российские предприятия должны быть открытыми.

Забронировать экскурсию можно через путеводитель по промышленному туризму АСИ «Все — на завод».

Анна Константинова, и.о. заместителя генерального директора ПАО «Россети Центр» по организационным вопросам

«Сегодня промышленный туризм вышел на новый виток своего развития и набирает обороты. В нашей компании и до этого в рамках программы профориентации проводились экскурсии на промышленные объекты, но это было больше специализированное направление — начало нашего пути в этой деятельности. Мы с удовольствием присоединились к всероссийскому движению по продвижению промтуризма, чтобы о работе энергетиков могли узнать как можно больше людей. Это помогает сформировать положительный имидж профессии, компании, повысить интерес молодежи к энергетике. Туристы своими глазами могут увидеть, как функционирует электросетевая компания, какие использует технологии, как мы заботимся об экологии, наших потребителях, что мы делаем для регионов, и главное — какой человеческий труд за всем этим стоит. Это очень важно и ценно!».

Управляющая компания «Металлоинвест»

«Металлоинвест» стал одной из первых компаний, которая начала работать в направлении развития промышленного туризма на системной основе. Все предприятия компании открыли свои двери для всех желающих: школьников, студентов, местных жителей и туристов. Так, в Курской области для туристов доступны сразу 5 маршрутов, которые предлагает Михайловский ГОК. Маршруты адаптированы, в том числе и для самых маленьких 7+. В Белгородской области для посещения открыты Оскольский электрометаллургический комбинат им А. А. Угарова и Лебединский горно-обогатительный комбинат. Кроме того, разработан единый маршрут, объединяющий эти 2 предприятия. на текущий момент более 6,5 тыс. туристов посетили предприятия Металлоинвест с момента запуска пром туризма.

Сайт промышленного туризма Металлоинвеста.

Назим Эфендиев, председатель Совета директоров «Металлоинвеста»

«Промышленный туризм для нас — это возможность показать жителям наших регионов, гостям из разных городов России, как мы добываем руду на месторождениях знаменитой Курской магнитной аномалии, познакомить с уникальными для страны зелеными технологиями прямого восстановления железа. Мы убеждаемся в том, что наши производственные площадки вызывают чувство гордости за Россию, за современные индустриальные предприятия и прежде всего за людей — профессионалов инженерных и рабочих профессий!».

КАО «АЗОТ»

Кемеровский «Азот» реализует программу промышленного туризма с 2020 года. за это время «Азот» посетило более 5000 человек: школьники, студенты, представители бизнеса, туристы. Гости приезжают со всех уголков России, чтобы погрузиться в мир большой химии, посетить химический флагман Сибири. В опросе от кемеровского «Азота» приняли участие свыше 700 сотрудников предприятия, 94% сотрудников «Азота» считают, что российские предприятия должны быть открытыми для посетителей, 98% сотрудников гордятся предприятием. Такой высокий уровень лояльности сотрудников заметен даже туристам. Экскурсии на предприятие пользуются огромным спросом — на сегодня все посещения забронированы на три месяца вперед.

Забронировать экскурсию можно через путеводитель по промышленному туризму АСИ «Все — на завод».

Андрей Вишневский, генеральный директор КАО «Азот»

«По сути, промтуризм на предприятии существует давно, но экскурсии были хаотичными, и мы не называли их туризмом. Не было и специального запроса со стороны жителей, школ и вузов. Да и мы сами были настроены скептически по поводу выведения экскурсий на новый уровень, в том числе из-за специфики предприятия: для нас принимать людей на площадке — большая ответственность. А теперь оказалось, что туристы на заводе не то что не мешают, а скорее помогают нам развиваться, делая предприятие еще более безопасным».

Фото: АО «Уралхиммаш»

Аналогичный рейтинг составлен в разрезе федеральных округов. Дополнительной процедурой стало присвоение весов каждому из наблюдений[1].

В результате федеральным округом — лидером по уровню гостеприимства стал Центральный федеральный округ. Второе место по уровню гостеприимства разделили между собой Южный, Сибирский и Северо-Западный федеральные округа. Третье место занял Уральский федеральный округ.

В топ-5 самых гостеприимных регионов вошли Кемеровская область — Кузбасс, Москва, Московская, Челябинская, Белгородская области.

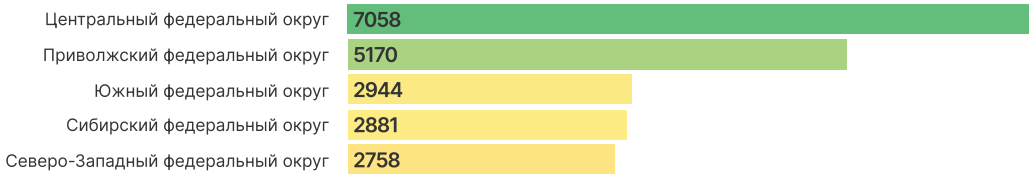
Последующий анализ был произведен в рамках отраслевого разреза. по аналогии с аналитикой федеральных округов при отраслевом анализе каждому наблюдению также был присвоен вес. В результате отраслью — лидером по уровню гостеприимства стала оптовая и розничная торговля. Второе место по уровню гостеприимства заняли обрабатывающие производства. Третье место разделили между собой сферы строительства и образования.

ПРОМлюди

Ирина Силс, ведущий специалист по коммуникациям и экскурсовод АО «Уралхиммаш»

«Некоторые туристы приезжают к нам в ожидании увидеть какую-то «заброшку», а здесь современное развивающееся предприятие. У гостей захватывает дух, когда они видят металл, разогретый до 1200 °С, который прессуют и режут. После такого зрелища туристы забывают про любые арт-объекты: такая мощь в каждом движении, такие невероятные люди здесь работают!»

Топ-5 федеральных округов — лидеров по уровню гостеприимства



1 Данная процедура необходима для уравнивания оценок респондентов из разных регионов при наличии высокой диспропорции. Целевым распределением выступило соотношение трудоспособного населения Российской Федерации в разрезе федеральных округов.

Последующий анализ был произведен в рамках отраслевого разреза. по аналогии с аналитикой федеральных округов при отраслевом анализе каждому наблюдению также был присвоен вес. В результате отраслью — лидером по уровню гостеприимства стала оптовая и розничная торговля. Второе место заняли обрабатывающие производства. Третье место разделили между собой сферы строительства и образования.

Фото: АО «Лебединский ГОК»

АГЕНТСТВО **СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ**

Исследование подготовлено дивизионом
«Городская экономика» и Центром исследований
и методологии Агентства стратегических инициатив.

Дивизион «Городская экономика»

Ольга Захарова, директор дивизиона
Ольга Шандуренко, директор проектов
Анна Степанина, руководитель программы
Татьяна Косарева, руководитель проекта

Центр исследований и методологии

Антон Ранюшкин, директор проектов
Арсен Абдулаев, старший аналитик
Никита Сорокин, старший аналитик

Фото: **Татьяна Мастерова** (АСИ)

Онлайн-путеводитель «Все — на завод!»