УДК 338.40

**СВІРІДОВА Н. Д.**

# ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Індустріальний туризм є важливим видом туризму промислового регіону. Ефективність його функціонування залежить від об'єктів, які визначено для відвідування туризму. Об'єкти індустріального туризму визначаються за допомогою різних методичних підходів, застосовуючи сукупність способів теоретичного дослідження й практичного здійснення конкретних завдань. Доцільним вважається визначення об'єктів, які є потенційно придатними для здійснення туристичної діяльності.

**Ключові слова:** туризм, регіон, індустріальний туризм, об'єкт, промисловий регіон, туристична діяльність, визначення.

ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ №3(11)/2013 ISSN 2221-8440

**Постановка проблеми.** Феномен індустріального туризму є недостатньо висвітленим в українській та російській літературі. Він частіше ототожнюється з поняттям «діловий туризм», який означає поїздки зі службовою метою. Але більшість зарубіжних авторів розглядають поняття індустріального туризму набагато ширше. Ставши окремим видом туризму, індустріальний туризм не загубив зв'язку з іншими різновидами туристичної галузі. Окрім ділового туризму, індустріальний туризм міцно зв'язаний з сільським, культурним, пізновальним туризмом. Одним із різновидів індустріальних турів є тури для молодих спеціалістів, які вивчають продукцію підприємства та процес виробництва.

Індустріальний туризм є важливим видом туризму промислового регіону. Ефективність його функціонування залежить від об'єктів, які визначено для відвідування туризму. Існує декілька різних методичних підходів визначення об'єктів індустріального туризму, які застосовують сукупність способів теоретичного дослідження й практичного здійснення конкретних завдань. Визначення об'єктів, які є потенційно придатними для здійснення туристичної діяльності, має важливе значення для розвитку туризму в промисловому регіоні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Визначенню сутності, ролі та значення індустріального туризму для соціально-економічного регіону присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних авторів, а саме: Алейнікової Г.М.; Боголюбова В.С.; Богомолова Є.С.; Гельберта Д.; Доде Т.Н.; Калиновського К.М.; Кифяка В.Ф.; Котлера П.; Литвиненко О.Б.; Міграян О.О.; Мініч І.М.; Петрова В.В.; Симонсона Л.Р.; Стеванса Т.; Федорченка В.К.; Школи І.М. та інш.

Індустріальний туризм викликає на підвищений інтерес науковців. Однак, феномен індустріального туризму є недостатньо висвітленим в українській та російській літературі. В останні роки активно дискутуються особливості визначення об'єктів індустріального туризму.

**Мета статті** – дослідження методичних підходів, а також обґрунтування особливостей визначення об'єктів індустріального туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Об'єкти індустріального туризму визначаються за допомогою різних методичних підходів, застосовуючи сукупність способів теоретичного дослідження й практичного здійснення конкретних завдань. Далеко не кожне підприємство може стати об'єктом індустріального туризму. Тому є доцільним визначити об'єкти, які є потенційно придатними для здійснення туристичної діяльності. У табл. 1 визначені види підприємств, які можуть бути задіяні в туристичній сфері як об'єкти індустріального туризму.

Картер виділяє наступні види об'єктів індустріального туризму:

«усе під контролем» – припускає сумнівну промисловість, наприклад, ядерну енергію. Головна причина, по якій підприємства повинні бути зацікавлені в розвитку індустріального туризму є відновлення загубленої довіри та утвердження суспільної думки про свою діяльність.

Таблиця 1

**Типи потенційних об'єктів індустріального туризму [1, с. 57]**

| Тип індустрії | Приклади |
|---|---|
| Сільське господарство | Фермерське господарство |
| Бізнес та праця | Фондова біржа, рада з торгівлі. |
| Комунікації | Радіомовлення, фільми, видавнича справа. |
| Енергія | Гідроелектростанції, шлюзи та дамби. |
| Рибальство | Обслуговування риболовецьких судів. |
| Продукти харчування й напої | Безалкогольні та алкогольні напої, пивоварні,виробництво цукерок, сироваріння, перегінні заводи, харчова промисловість, морозиво, переробка м'яса, закуски. |
| Послуги з охорони здоров'я | Медичні центри. |
| Ремесло | Виробництво скла, гончарство, текстильна промисловість. |
| Обробна промисловість | Бондарні, виробництво тракторів, взуття, свічок. |
| Металургійна промисловість та переробка родовищ | Гірничорудна промисловість, переробка родовищ. |
| Суспільні послуги | Пожежні, правоохоронні органи. |
| Транспорт | Автомобільний, залізничний, авіаційний транспорт. |
| Наука і технології | Університети, науково-дослідні центри |

«дива світу» – демонстрація великих проектів, таких як цивільне будівництво, що мають великі масштаби кінцевого продукту.

«екскурсії по магазинах» – включають індустрію, засновану на дрібному ручному виробництві або предметах розкоші, декоративних виробів, які тісно пов'язані з місцем відвідування.

«спостереження за робочим процесом» – надає можливість зрозуміти, як функціонує підприємство й провести спостереження за робочим процесом виробництва продуктів першої необхідності, таких як хліб і молоко. Даний вид індустріального туризму особливо актуальний, коли необхідно подивитися на процес управління на практиці [2]. Ламмерс називає такий вид турів «всебічні управлінські тури». Під час таких екскурсій гід не тільки розповідає, як компанія виробляє товари й/ або послуги, але і як ведуться справи компанії [2, с. 85].

Об'єкти індустріального туризму можуть розрізнятися по ступені автоматизації промисловості, відчутності спостережуваного процесу, залучення відвідувача до процесу виробництва, а також по ринку товарів і/ або послуг.

В табл. 2 відображена характеристика індустріального туризму за переліченими ознаками.

Отже, виділимо основні фактори, які визначають ступінь привабливості об'єкту індустріального туризму:

1. Привабливість виробленої продукції. Як затверджує Мадер, туристичний потенціал компаній в основному залежить від виду виробленої продукції. Він підкреслює, що споживчі товари становлять особливий інтерес для відвідувачів, а послуги й супутні товари є менш привабливими для туристів. Мадер пропонує модель, що дозволяє класифікувати товари індустріального туризму. Він виділяє вісім різних категорій:

товари, які носять символічний характер у регіоні (порт і все пов'язане з ним у Роттердамі, виробництво сиру в Гауде, банани й кава у Гватемалі, і, відповідно, вугілля в Луганській області);

фірмові товари: автомобілі, спортивні товари й пиво.

товари народного споживання: лимонад, пиво, шоколад, газети й зубна паста;

товари з повсякденного життя: автомобілі, дорогі годинники, діаманти й парфуми;

ISSN 2221-8440

ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ №3(11)/2013 ISSN 2221-8440

Таблиця 2

**Характеристика об'єктів індустріального туризму за різними ознаками**

| Ознаки | Характеристика об'єктів |
|---|---|
| Ступінь автоматизації виробництва | дрібномасштабне виробництво, товари дрібного ручного виробництва, ювелірні вироби, живопис;<br>великомасштабне виробництво, промислові товари, переробка сировини, будівництво. |
| Ступінь відчутності спостережуваного процесу | відчутні продукти, виробництво фізичних товарів (кераміка, вино);<br>невідчутні продукти, здійснення обслуговування (тури в будинок парламенту або освітні установи). |
| Ступінь залучення відвідувача до процесу виробництва | пасивне залучення, спостереження за процесом виробництва без фізичного втручання;<br>активне залучення, фізичне залучення в процес виробництва. |
| Ринок товарів і/ або послуг | промисловість: виробництво товарів і/ або послуг для широкого кола покупців. Туристи не допускаються до об'єкту, тому що місцевість є небезпечною;<br>індустріальний туризм: виробництво товарів і/ або послуг для широкого кола покупців і/або для туристів. Обмежений доступ туристів до об'єкту;<br>споживчий туризм: виробництво товарів і/ або послуг тільки для туристів. Туристи допускаються до об'єкту, але не беруть участь у процесі виробництва. |

предмети розкоші: автомобілі, годинники і ювелірні прикраси;

технологічні товари: автомобілі, комп'ютери, мобільні телефони й компакт-диски;

товари, що представляють специфічний інтерес: енергетика, водні ресурси, телебачення, об'єкти суспільного призначення, продукти харчування й театр (за сценою);

ремісничі товари: стекло, порцеляна й ковальське виробництво.

Відповідно до думки Мадера, ці категорії працюють кумулятивно: так, продукт є більш привабливим з погляду туризму (і може створити більший попит на індустріальні тури), якщо він належить до декількох із цих категорій. Аналізуючи список категорій, представлених вище, він відзначає, що автомобіль відноситься до багатьох з перерахованих категорій: це фірмовий товар, предмет розкоші, товар з повсякденного життя, а також є технологічним товаром. Крім того, великі машинобудівні заводи відбивають особливості регіону. Привабливість продукту й, отже, попит на індустріальні тури настільки високий, що виробники автомобілів прийшли до розробки екскурсій по підприємству природним шляхом.

По даним інших авторів (наприклад, Гелберта), харчова промисловість належить до сегменту, що є досить привабливим для відвідувачів. Більша частина об'єктів індустріального туризму в усьому світі містить у собі компанії, що належать до цієї категорії [4].

2. Доступність об'єкту індустріального туризму є одним із ключових факторів привабливості турпродукту. Незалежно від того, наскільки привабливий продукт, якщо він не є доступним, попит на нього впаде до нуля. Очевидно, що доступність залежить від місця розташування підприємства, а також наявності необхідної інфраструктури й транспортних послуг (наприклад, суспільний транспорт). Для іноземних цільових груп доступність міста також є важливим чинником (наприклад,

наявність міжнародного аеропорту). Крім того, необхідно брати до уваги доступність виробничого об'єкту, з огляду на потреби людей з обмеженими можливостями. Об'єкт індустріального туризму повинен перебувати в такому місці, де його можна було б легко знайти, тобто туристи повинні бути проінформовані про місце знаходження підприємства. Інформація може бути позначена на міських вивісках, у пресі, телебаченні, Інтернеті.

Митчелл і Орвіг відзначають, що, наприклад Каліфорнія використовувала стандартні символи й знаки уздовж дороги, які вели до численних винних заводів. Ця ж система може також збільшити доступність інших об'єктів індустріального туризму [1, с. 32].

3. Оснащеність об'єкту індустріального туризму. Попит на об'єкти індустріального туризму може бути підвищений шляхом надання спеціальних засобів обслуговування для відвідувачів, таких як інформаційні (інтерактивні) панелі, презентація додаткових послуг, підприємств громадського харчування тощо.

4. Професіоналізм гідів. Даний фактор є одним з найбільш важливих, тому що враження туристів прямо залежить від якості проведеної екскурсії. Залучення гідів, що досконально володіють інформацією про підприємство й продукцію, що виробляється, а також іноземними мовами позитивно позначиться на розвитку галузі.

5. Надання можливості придбання товарів після екскурсії. Як правило, основною метою туристів, які відвідують об'єкти індустріального туризму, є ознайомлення з продукцією, що виробляється з наступним її придбанням. Тому, працюючи за принципом «все й відразу» підприємство приречене на успіх.

6. Створення умов відчути, спробувати й доторкнутися до продукту. Залучення туристів у процес виробництва створить відчуття причетності до процесу виробництва, і тим самим буде сприяти посиленню враження.

7. Вартість вхідних квитків. Цей фактор значно впливає на вибір об'єкту індустріального туризму й ураховується під час ухвалення рішення про участь в індустріальному турі. Відповідність понять «ціна – якість» буде сприяти високому попиту на екскурсію.

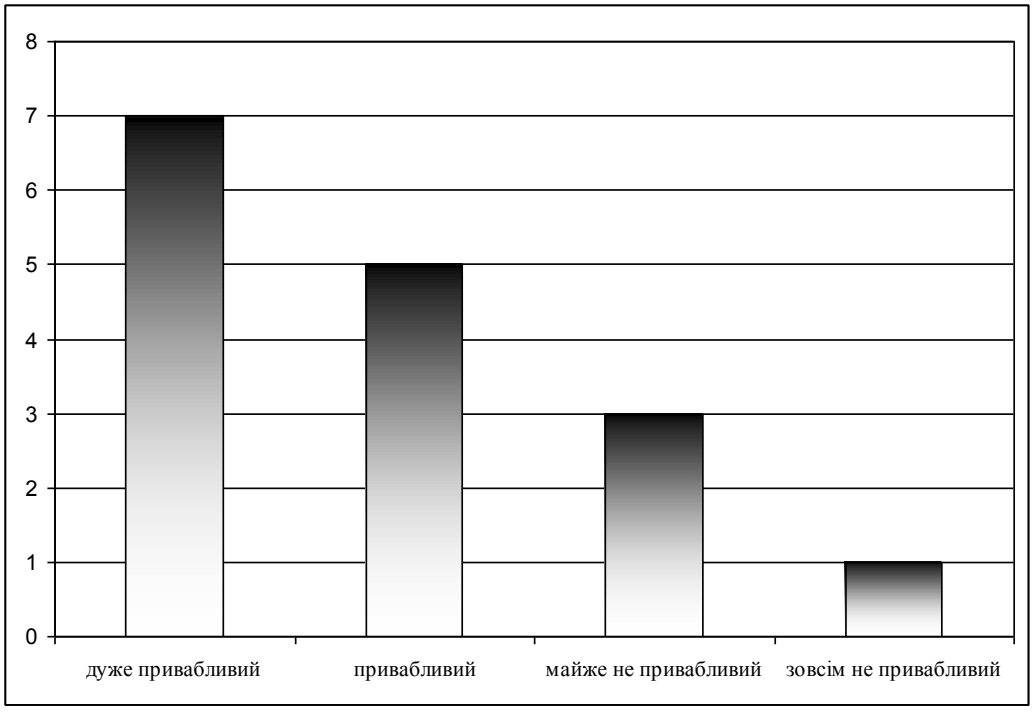


Рис. 1. Шкала ступені привабливості об'єкту індустріального туризму

ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ № 3(11)/2013 ISSN 2221-8440

ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ №3(11)/2013 ISSN 2221-8440

Для визначення ступені привабливості індустріальних турів розробимо бальну шкалу, яка допоможе оцінювати об'єкти індустріального туризму з урахуванням вище приведених факторів. Візьмемо одну характеристику вартістю в 1 бал. Тоді, в залежності від кількості отриманих балів можна буде визначити, наскільки є привабливим той чи інший об'єкт з точки зору індустріального туризму. Шкала ступені привабливості об'єкту індустріального туризму має наочний вигляд на рис. 1.

При наявності 7-6 балів об'єкт стає дуже привабливим; отримавши 5-4 бали – привабливим; маючи лише 3-2 бали – майже не привабливим; та володіючи 1 балом – зовсім не привабливим.

Тобто, наприклад, якщо підприємство, яке відкрило свої двері для відвідувачів має цікавий асортимент продукції, є територіально доступним, пропонує спеціальні засоби обслуговування для відвідувачів, має професіональних гідів, надає можливість придбати товари після екскурсії, створює належні умови для того, щоб туристи змогли стати учасниками виробництва і відчули продукцію на смак або на дотик, має гнучку цінову політику, тоді цей об'єкт буде максимально привабливим й залучить багату кількість туристів до індустріальних турів.

Запорукою успіху визначення об'єктів індустріального туризму буде служити орієнтація на різні цільові групи й врахування побажань всіх категорій туристів.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** В ході дослідження методичних підходів до визначення об'єктів індустріального туризму сформовано класифікацію потенційних об'єктів індустріального туризму в залежності від типу продукції, що виробляється, а також виділено фактори, що визначають ступінь привабливості об'єктів індустріального туризму та розроблено шкалу ступені привабливості об'єкту індустріального туризму, що має важливе значення при виборі туристами місця перебування.

## Література

1. Frew, Elspeth Ann Industrial tourism: a conceptual and empirical analysis. PhD thesis, Victoria University, 2000. – 178 p.

2. Lammers T. "How to Spend Your Summer Vacation: Inc's Guide to Great Company Tours", Inc. 12, 87, 1990. – 115 p.

3. Henly A. "Industry Shows Its Face". The Engineer, 27 October, 28, 1988. – 37 p.

4. Управление инновационными проектами.//Под общей ред. Ф.-Й. Кайзера, Г. Г. Богомазова, З. А. Сабова. – М.: ИЦ «Академия», 2001. – 213 с.

5. Литвищенко А.Б. Тенденции и перспективы развития делового туризма в Украине. Кластерный поход / А.Б. Литвищенко. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://icbt-ua.com/index.php?option=com_content&task=view&id=14.

## References

1. Frew, Elspeth Ann Industrial tourism: a conceptual and empirical analysis. PhD thesis, Victoria University, 2000. – 178 p.

2. Lammers T. "How to Spend Your Summer Vacation: Inc's Guide to Great Company Tours", Inc. 12, 87, 1990. – 115 p.

3. Henly A. "Industry Shows Its Face". The Engineer, 27 October, 28, 1988. – 37 p.

4. Upravleniye innovatsionnymi proyektami.//Pod obshchey red. F.-Y. Kayzera, G. G. Bogomazova, Z. A. Sabova. – M.: ITS «Akademiya», 2001. – 213 p.

5. Litvishchenko A.B. Tendentsii i perspektivy razvitiya delovogo turizma v Ukraine. Klasternyy pokhod / A.B. Litvishchenko. – [Yelektronniy resurs]. Rezhim dostupu: http://icbt-ua.com/index.php?option=com_content&task=view&id=14

**Свиридова Н. Д.**

**Особенности определения объектов индустриального туризма**

Индустриальный туризм является важным видом туризма для промышленного региона. Эффективность его функционирования зависит от объектов, которые определеня для посещения. Объекты индустриального туризма определяются с помощью различных методических подходов, при которых применяется совокупность способов теоретического исследования и практического осуществления конкретних задач. Целесообразным считается определение объектов, которые являються потенциально способными для осуществления туристической деятельности.

*Ключевые слова:* туризм, регион, индустриальный туризм, объект, промышленный регион, туристическая деятельность, определение.

**Sviridova N.**

**Features Object industrial tourism**

Industrial tourism is an important type of the tourism industry in the region. Effectiveness of its functioning depends on the objects defined for the tourism visits. Objects of the industrial tourism are defined using different methodological approaches, using a set of the methods of theoretical research and practical implementation of specific tasks. Convenient to determine the objects that are potentially suitable for the tourist activities. Actually industrial tourism has considerable potential as a tool for economic development of the tourism industry and the wider itself.

*Keywords:* tourism, region, industrial tourism, object, an industrial region, tourism activities, the definition.

**Рецензент**: Заблодська І. В. – доктор економічних наук, професор, Директор Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень Національної академії наук України, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Zablodskaya I. – Professor, Ph.D. of Economics, Director of the Institute of economic and legal research Lugansk branch National academy sciences of Ukraine, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* zablodin@yandex.ru

*Стаття подана 16.05.2013 р.*

ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ № 3(11)/2013 ISSN 2221-8440