

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства

ДОПУСКАЮ ДО ЗАХИСТУ

Гарант освітньої програми

д.е.н., доцент

_____ Горіна Г.О.

« ____ » _____ 2021 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Бакалавр»

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Туризм»

на тему: **«ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ В
УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)»**

Виконав здобувач вищої
освіти

Студент 4 курсу групи ТУР-17
Аммі Зухейр

(підпис)

Керівник:

д.е.н., доцент Горіна Г.О.

(підпис)

Засвідчую, що у кваліфікаційній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань

Здобувач вищої освіти _____

Кривий Ріг 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
імені Михайла Туган-Барановського

Навчально-науковий інститут ресторанно-готельного бізнесу та туризму
Кафедра туризму та країнознавства
Форма здобуття вищої освіти очна
Ступінь «Бакалавр»
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Освітня програма «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Гарант освітньої програми

д.е.н., доцент

_____ Горіна Г.О.

« ____ » _____ 2021 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Аммі Зухейр

1. Тема роботи «Особливості розвитку промислового туризму в Україні (на прикладі Дніпропетровської області)»
Керівник роботи д.е.н., доцент Горіна Г.О.
Затверджені наказом ДонНУЕТ імені Михайла Туган-Барановського від «11» січня 2021 року № 20-с
2. Строк подання студентом роботи: «26» травня 2021 року
3. Вихідні дані до роботи: законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень та досліджень.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): обґрунтування теоретичних аспектів розвитку промислового туризму; аналіз стану промислового туризму в Україні; окреслення шляхів активізації промислового туризму в Дніпропетровській області.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) графіки, таблиці, схеми, рисунки.

6. Дата видачі завдання «02» лютого 2021 року

7. Календарний план

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір напрямку дослідження, аналіз бази та літературних джерел, визначення об'єкту, предмету та завдань дослідження. Формулювання, обґрунтування та затвердження теми роботи	27.02.2021	
2	Підготовка основної частини роботи	12.03.2021	
3	Підготовка висновків та рекомендацій роботи	24.04.2021	
4	Підготовка вступу роботи.	10.05.2021	
5	Аналіз та інтерпретація отриманих результатів, оформлення роботи	15.05.2021	
6	Представлення роботи на кафедрі для рецензування	26.05.2021	
7	Оформлення презентаційних матеріалів, проходження нормоконтролю	01.06.2021	
8	Захист дипломної роботи	24.06.2021	

Здобувач в.о.

_____ (підпис)

Аммі Зухейр

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

Горіна Г.О.

РЕФЕРАТ

Загальна кількість в роботі:

Сторінок: 57, рисунків: 7, таблиць: 7, використаних джерел: 49, додатків: 3.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідити теоретичні аспекти розвитку промислового туризму в Україні та проаналізувати тенденції розвитку промислового туризму в Дніпропетровській області.

Об'єкт дослідження: туристична діяльність.

Предмет дослідження: особливості розвитку промислового туризму в Україні (на прикладі Дніпропетровської області).

Завданнями роботи визначені: дослідження теоретичних аспектів становлення і розвитку промислового туризму в Україні; аналіз стану та тенденцій розвитку промислового туризму в Україні; окреслення шляхів активізації промислового туризму в Дніпропетровській області та розробка практичних рекомендацій щодо поліпшення стану промислового туризму в Україні.

Методи / методика, використані у кваліфікаційній роботі: системно-структурний метод – для узагальнення та класифікації основних понять промислового туризму; абстрактно-логічний – при визначенні основних проблем функціонування промислового туризму в Україні; метод моделювання – при розробці концептуальних засад розвитку промислового туризму в Україні.

Основні результати дослідження: За результатами проведеної роботи було досліджено теоретичні аспекти становлення і розвитку промислового туризму в Україні; проаналізовано стан промислового туризму та тенденції розвитку промислового туризму в Україні, розроблено практичні рекомендації щодо активізації промислового туризму в Дніпропетровській області.

Основні висновки та рекомендації: на підставі зробленого дослідження було сформульовано

Ключові слова: ТУРИЗМ, ПРОМИСЛОВИЙ ТУРИЗМ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, ВИДИ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.

ЗМІСТ

ОСНОВНА ЧАСТИНА

ВСТУП.....	6
1. Теоретичні аспекти розвитку промислового туризму в Україні.....	8
2. Стан промислового туризму в Україні: аналіз та тенденції розвитку...	20
3. Шляхи активізації промислового туризму в Дніпропетровській області.....	29
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ.....	37
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	47

ВСТУП

Важливою складовою стратегії модернізації економіки України на сучасному етапі є перехід від індустріальної та сировинної моделі розвитку до постіндустріальної або креативної, яка ґрунтується на використанні людського потенціалу та знань, що є певною базою для розробки та реалізації ідей для культурно-економічного розвитку в першу чергу сучасного мегаполісу.

Промисловий туризм – це відносно новий напрям в туризмі. Лише останнім часом активізувалися наукові дослідження щодо розвитку промислового туризму в Україні. Дослідженням на цю тему приділяли увагу В. Ф. Данильчук, Г. І. Денисик, В. Л. Казакова, Ю. Г. Тютюнник, В. С. Пацюк, О. Є. Афанасьєв та інші.

Можливості розвитку туризму на промислових територіях та соціально-економічні аспекти управління промисловим туризмом розглянуто такими науковцями, як В.Ф. Данильчук, В.С. Пацюк, О.Є. Афанасьєв.

Ринок туристичних послуг утворився внаслідок виникнення потреб населення на змістовне проведення дозвілля та реалізується у вигляді механізму, що включає автоматичні регулятори безпосередньої взаємодії виробників і споживачів. У всьому світі він є ознакою соціально-економічного рівня розвитку країни та окремих регіонів. Чим розвиненішою і стабільнішою є економіка країни, тим більш сталі позиції займає національний ринок туристичних послуг.

Виходячи з викладеного, **метою роботи** є поглиблення теоретичних аспектів розвитку промислового туризму в Україні, аналіз стану розвитку промислового туризму в Україні, розробка практичних рекомендацій щодо шляхів активізації розвитку промислового туризму в Україні.

Для досягнення викладеної мети дослідження в роботі ставляться наступні **завдання**:

1. Дослідити теоретичні аспекти розвитку промислового туризму в Україні.
2. Проаналізувати стан промислового туризму та тенденції його розвитку в Україні.
3. Окреслити шляхи активізації промислового туризму в Дніпропетровській області.
4. Розробити практичні рекомендації щодо поліпшення стану промислового туризму в Україні.

Об'єктом дослідження виступає туристична діяльність.

Предмет дослідження: особливості розвитку промислового в Україні

Основними методами виступають: системно-структурний метод – для узагальнення та класифікації основних понять промислового туризму; абстрактно-логічний – при визначенні основних проблем функціонування промислового туризму в Україні; метод моделювання – при розробці концептуальних засад розвитку промислового туризму в Україні.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі і нормативно-правові акти України, інформація Державного комітету статистики України, Всесвітньої туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, звіти і аналітичні публікації міжнародних організацій, вітчизняні і зарубіжні періодичні видання, наукова література, інформаційні ресурси мережі Інтернет, результати власних спостережень та досліджень.

Структура роботи: робота складається із основної частини, вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних джерел та додатків. Робота містить 57 сторінок, 7 рисунків, 7 таблиць, 3 додатків, 49 наукових джерел.

ОСНОВНА ЧАСТИНА

1. Теоретичні аспекти розвитку промислового туризму в Україні

Той факт, що Україна має сприятливе геополітичне розташування, має природні та антропогенні ресурси, які сприяють розвитку туристичної галузі не потребує підтвержень. Сьогодні Україна вважається країною, яка може зайти на світовий ринок як розвинена туристична держава.

Як показав аналіз проблеми, туристична сфера може стати стратегічною галуззю економіки України, сприяти активному соціально-економічному розвитку.

Аналіз наукових праць вчених щодо визначення особливостей розвитку ринку туристичних послуг показав, що вчені приділяють увагу багатьом аспектам цієї проблеми. Тенденції розвитку та основні пріоритети ринку туристичних послуг досліджували С.О. Біла, В.П. Пилипчук, І.О. Пойта, М.П. Сагайдак, І.В. Сорока та ін.

Вчені висловлюють думку про те, що можна виокремити передумови розвитку туризму в Україні. До них вчені відносять: «економічний і соціальний прогрес у державі; удосконалення засобів транспорту, прискорення і здешевлення внаслідок цього послуг перевезень туристів; - послаблення митних, валютних обмежень, прикордонних формальностей, а також відміна їх, зокрема, між країнами ЄС та ін.» [4].

Важливою є регулятивна функція ринку туристичних послуг, яка балансує попит і пропозиції. Стимулююча функція стимулює підвищення ефективності виробництва туристичних послуг; попит і пропозиції на туристичні послуги регулює інформаційна функція. На окрему увагу заслуговує споживча вартість туристичних послуг, яка залежить від виду товарів і послуг, має питому вагу у обсязі туристичного споживання.

Ринок туристичних послуг передбачає взаємодію суб'єктів і об'єктів туристичних послуг (рис. 1.1). На рисунку представлені основні і окремі туристичні послуги.

«Туристична послуга - це результат діяльності туристичного підприємства із задоволення відповідних потреб туристів. Робота підприємства може полягати в організації як усієї подорожі, так і окремих послуг. Одиницею туристичної послуги є комплекс послуг, які надаються одному споживачеві протягом певного проміжку часу, наприклад, надання готельного номера, екскурсії, послуг перевезення тощо» [7].

Формою функціонування туристичного процесу є ринок туристичних послуг. Туристичний ринок характеризується рівнем розвитку – спроможністю виробника турпродукту задовольнити існуючий попит, та ємністю – інтенсивністю та обсягами операцій з купівлі-продажу туристичного продукту залежно від співвідношення умов та чинників внутрішнього та зовнішнього ринкового середовища. Розвинена індустрія туризму дає можливість країні зайняти певне місце на світовому ринку

турпослуг, забезпечивши конкурентоспроможність власного туристичного продукту.



Рисунок 1.1 – Ринок туристичних послуг

Для нас важливим було зробити аналіз показників розвитку ринку туристичних послуг в Україні (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 - Показники розвитку ринку туристичних послуг в Україні на період до 2028 р.

	Показники	Роки			
		2015	2019	2022	2028
1	Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	19,3	25,8	32,3
2	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. од.	6,8	10,2	20,4	34
3	Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від туристичного збору, млн. грн.	37,1	74,2	185,5	371
4	Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки і збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. грн..	1,71	3,42	8,55	171
5	Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	132	265	440
6	Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	715	1070	1785
7	Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	188,3	250,0	313,8

За прогнозами вже з 2019 року починається стрімке зростання показників кількості іноземних туристів, які будуть в'їжджати в Україну – з 19,3 млн. осіб у 2019 році до 32, 3 млн. осіб у 2028 р. Важливим фактором є обсяг надходжень до бюджетів різних рівнів коштів від туристичного збору: до місцевих бюджетів у 2019 році – 185,5 млн. грн., у 2028 р. – 371 млн. грн.; до зведеного бюджету країни: 3,42 млрд. грн. у 2019 році; 171 млрд. грн.. у 2028 році [45].

Особливе місце в структурі туристичного ринку займає промисловий туризм. На думку вчених, саме він інтегрує в собі «аспекти соціальних, економічних та екологічних продуктів, товарів і послуг переважно інтелектуально-пізнавального та атрактивного характеру» [36]. Важливим є те, що у створенні і реалізації приймають участь не лише туристичні підприємства, а й підприємства різних галузей (гірничодобувної, переробної промисловості тощо). Всі вони працюють на створення і реалізацію промислово-туристичного продукту.

Ми вважали за доцільне проаналізувати трактування поняття «промисловий туризм» вітчизняними та зарубіжними вченими.

Таблиця 1.2 – Тракткування поняття «промисловий туризм»

В.С. Пацюк	вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах, метою якого є споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування працюючих виробничих підприємств для задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів
О. Ю. Чередниченко	дослідження територій, будинків та інженерних споруджень виробничого (не цивільного) чи спеціального призначення, а також будь-яких залишених (занедбаних) споруджень із метою одержання психологічного й естетичного задоволення або задоволення дослідницького інтересу, захоплення у вигляді фотографування
Т.А. Казакова	тимчасове переміщення людей з місця свого постійного мешкання в іншу місцевість у вільний час в цілях відвідання промислових і супутніх з ними антропогенних ландшафтів, без заняття оплачуваною роботою у відвідуваному місці
Р. Прентіс	подорож до туристських визначних пам'яток, які включають в себе елементи промисловості, і стосується основного виробництва, наприклад, ферми, молочні ферми, виноградники, гірничодобувна промисловість; центри ремесла і ремісничі майстерні, а також заводи, пивоварні і винокурні; транспорт
П. Ялі	промисловий туризм як презентація «сучасних виробничих процесів»
Т. Додд і В. Біджотті	візити споживачів до місць виробничого процесу та можуть включати навчальні екскурсій, дегустацію продукції, яка виробляється
М. Крачило	відокремлений вид туризму, пов'язаний із відвідуванням регіонів, де поширені та зберігаються місцевим населенням певні народні промисли – різьба по дереву, гончарство, килимарство, лозоплетіння

Всі зазначені у таблиці 1.2. визначення поняття «промисловий туризм» підтверджують думку про виокремлення його як виду туризму, який пов'язаний з відвідуванням регіону; як презентації виробничих процесів; як подорожі до пам'яток з елементами промисловості; як дослідження територій тощо.

Таблиця 1.3 – Переваги промислового туризму

Для підприємств	Для туристів	Для регіону
Стимулювання збільшення продажів продукції	Отримання нових знань, емоцій, вражень тощо	Залучення інвестицій
Залучення інвестицій	Альтернатива стандартному відпочинку	Додаткові надходження до бюджету
Формування позитивного іміджу на державному та міжнародному рівнях	Придбання товарів безпосередньо у виробника	Підвищення туристичної привабливості регіону
Реклама виробництва	Лояльна цінова політика промислових турів	
Залучення нових кваліфікованих працівників	Потенційне працевлаштування	Знайомство з промисловим потенціалом регіону
Додатковий прибуток	Підвищення довіри до виробника	
Довіра споживачів	Потенційне співробітництво	Стимулювання розвитку інфраструктури
Формування корпоративної культури		
Співробітництво з іншими підприємствами	Обмін досвідом	Збільшення кількості робочих місць
Обмін досвідом		Підвищення іміджу регіону

Основними перевагами для підприємств промислового туризму визначені: стимулювання збільшення продажів продукції; залучення інвестицій; формування позитивного іміджу завдяки рекламі виробництва тощо. Для туристів основними перевагами промислового туризму виступають отримання нових знань, емоцій та вражень; цінова політика турів; обмін досвідом тощо. Особливо важливо для нас було визначення переваг промислового туризму для регіону, серед яких: підвищення туристичної привабливості регіону; додаткові надходження до бюджету; залучення інвестицій; збільшення кількості робочих місць; стимулювання розвитку інфраструктури тощо).

Відповідно до Угоди про асоціація між Україною та ЄС (гл.16, розділ 5) співпраця у галузі туризму здійснюється на основі трьох основних принципів: поваги до самобутності та інтересів місцевих громад; важливості культурної спадщини; чіткої взаємодії між туризмом та захистом навколишнього середовища [48].

Таблиця 1.4 - Популярні об'єкти промислового туризму Європейського регіону

Країни	Об'єкти промислового туризму
Австрія	Скляний завод Riedel в Куфштайні; Музей Swarovski Kristallwelten в Ваттенсе; Музей Rolls-Royce, Дорнбірн; Підприємство з виготовлення опту Gegenbauer, Відень
Бельгія	Національний музей джина в Хасселті; Фабрика шоколаду Godiva Chocolatier Inc; Фабрика шоколаду Leonidas.
Велика Британія	Завод Jaguar в Касл-Бромвіч, Бірмінгем; Сироварня Cheddar Gorge Cheese Company, Сомерсет; Завод спортивних і гоночних машин Lotus в Хетеле; Завод Bentley в Крю; Кондитерська фабрика «Cadbury».
Німеччина	Музей мейсенського порцеляну, Мейсен; Авіаційний завод Airbus в Гамбурзі та Бремені; Музей Порше, Штутгарт; Фабрика шоколаду Ritter Sport; Музей Mercedes-Benz; Пивоварня Erdinger Weißbräu в Ердинге; Завод BMW в Берліні; Музей Фольксваген у Вольфсбурзі.
Данія	Завод Carlsberg в Копенгагені
Ірландія	Завод Waterford Crystal, Уотерфорд; Пивоварня Guinness Brewery в Дубліні.
Італія	Завод Maserati, Модена; Музей Lamborghini; Завод і музей Ferrari в Маранелло; Винний завод Sogentino Завод з виробництва котлів та опалювальних систем Baxi
Нідерланди	Фабрика з обробки алмазів Coster Diamonds в Амстердамі; Музей Heineken Experience в Амстердамі; Королівська фабрика порцеляни в Делфті.
Норвегія	Норвезький музей нафти в Ставангері; Рибопереробний завод SalMar, Трондхейм.
Польща	Тиский пивоварний завод; Пивоварний завод в місті Живець; Соляна шахта "Величка".
Франція	Музей і завод Peugeot в Сошо; Сирний льох в Рокфорі та винний льох в Шампані; Завод мінеральної води Perrier в Вержезе.
Чехія	Скляний завод Růckl Crystal в Ніжборезавод; Завод мінеральної води Perrier в Вержезе; Завод і музей Škoda в Млада-Болеславі;
Швейцарія	Шоколадна фабрика Nestlé; Шоколадна фабрика Alprose; Шоколадна фабрика Frey;

На сучасному етапі індустріальний туризм широко розповсюджений у всьому світі. Так, наприклад у м. Шанхай (Китай) для туристів відкрито завод з виробництва автомобілів Shanghai Volkswagen Automobile Co., сталеливарне виробництво Shanghai Baosteel Group Corporation, харчовий завод Shanghai Totole Food Co., LTD та низка інноваційних індустріальних майданчиків. За приклад використання в туристичній індустрії промислових підприємств, можна навести відомий центр компанії Coca Cola у м. Атланта (США). Туристам надається можливість ознайомитися з історією компанії, технологією виробництва, скоштувати всі відомі в світі (декілька десятків) сорти цього напою. Крім того варто наголосити, що центр функціонує не як окремий туристичний об'єкт, а й тісно інтегрований в туристичну інфраструктуру міста.

Туризм визначається вченими як масштабне суспільне явище, ознаками якого є прискорений розвиток у часі, поширення по території тощо. Характерною ознакою індустрії туризму визнана комплексність, яка обумовлена функціональною єдністю його складових.

Об'єктом на туристичному ринку виступає туристичний продукт як сукупність туристичних послуг або окремі туристичні послуги, що розробляються й реалізуються на основі маркетингової стратегії та з урахуванням уподобань і мотивацій туристів. Суб'єктами туристичного ринку є туристи або екскурсанти, виробники туристичних товарів і послуг, туроператори, турагентства, а також органи державної влади та місцевого самоврядування, заклади освіти в галузі туризму.

Є два шляхи реалізації туристичних послуг: прямий збут – від виробника до споживача та збут через посередників. Саме туристичні агентства й туристичні оператори здійснюють організаторську та посередницьку діяльність із надання туристичних послуг. Туристичні оператори формують комплексний туристичний продукт з метою задоволення потреб туристів, а туристичні агентства є лише посередниками у процесі реалізації та збуту туристичних послуг.

Отже, ключовим моментом функціонування ринку туристичних послуг є задоволення туристичного попиту через реалізацію туристичних послуг. Цей процес буде ефективним за умови системної взаємодії постачальників та покупців туристичних послуг. Тому передумовами розвитку ринку туристичних послуг є надійний, оперативний прямий та зворотний зв'язок між суб'єктами ринку, а також відповідальність посередників стосовно інформації щодо споживчих властивостей, якості та безпеки туристичних послуг.

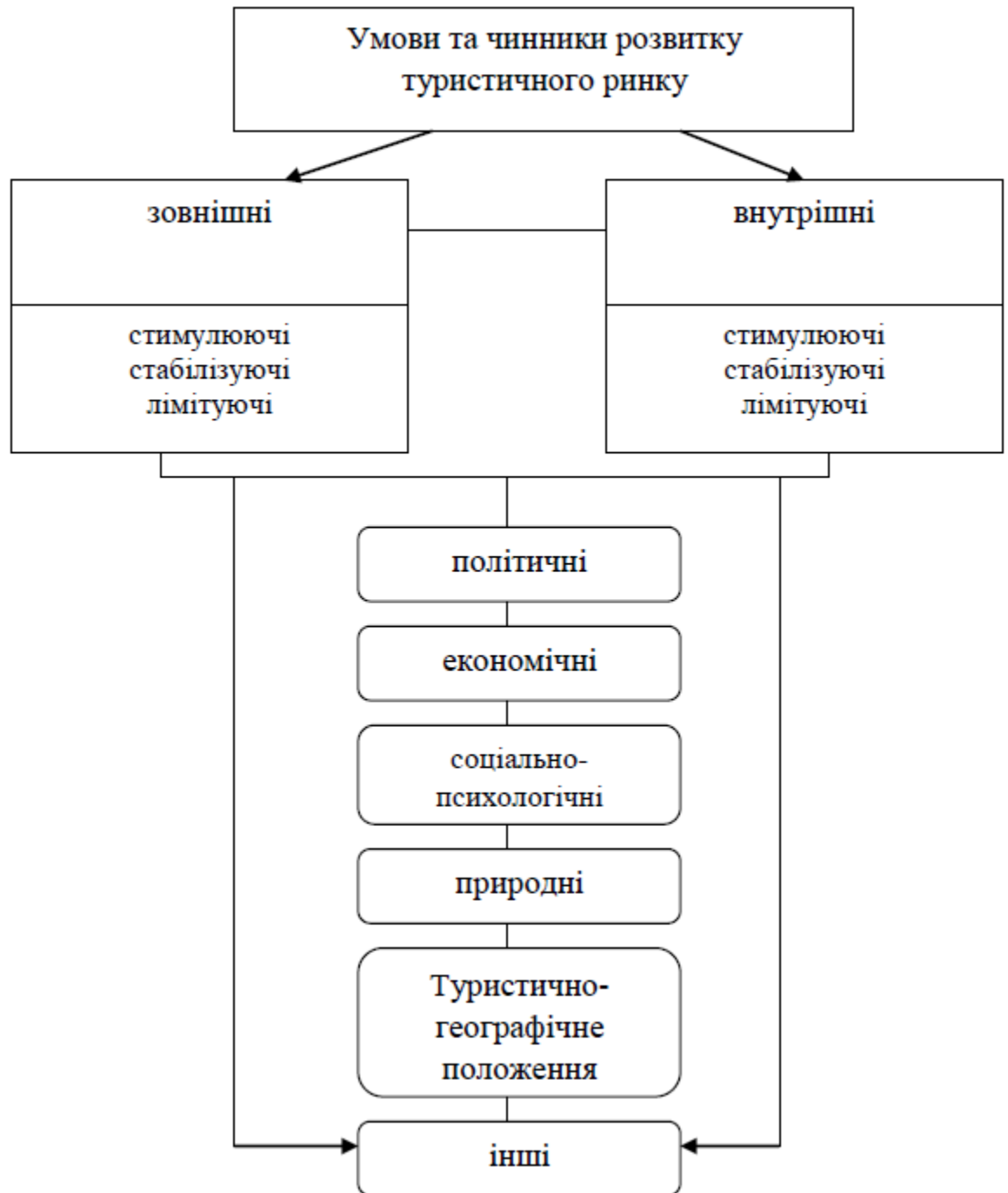


Рисунок 1.2 – Умови та чинники розвитку туристичного ринку

Відомо, що першим підприємством, що допустило до себе перших туристів в 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція). Перші організовані тури на промислові об'єкти в західноєвропейському туроперейтингу з'являються тільки на початку 80-х рр. ХХ ст. [6].

Нині промисловий туризм в європейських країнах знаходиться майже на піку свого розвитку, створено організацію «Європейський маршрут індустриальної спадщини», що поєднує найпрезентабельніші промислові

об'єкти в тематичні та регіональні маршрути. Понад сто індустріальних об'єктів у світі мають статус Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Таблиця 1.5 - Міжнародний досвід організації об'єктів промислового туризму

Підприємство	Країна	Особливості екскурсій	Підприємства, на яких пропонується впровадити міжнародний досвід
Компанія FORD (Ford Motor Company) - автомобілебудування	США	Автобусні екскурсії по історичних місцях, де жив і працював засновник компанії Екскурсії по всіх збиральних цехах	Металургійний завод «Інтерпайп»
Корпорація CASE - виробництво будівельної техніки	США	Апробація туристами будівельної техніки (бульдозери, екскаватори та ін.) на полігоні з піском	Дніпропетровський комбайновий завод
Фабрика AMERICAN GIRL - виготовлення ляльок	США	Екскурсії по цехах Театралізоване шоу Безкоштовний обід	ПТК «Детство» та «Twins-toys» з виготовлення м'яких іграшок
Компанія THE BOING COMPANY, AIRBUS, NORTHROP GRUMMAN CORPORATION - авіа- та ракетобудування	США, Франція	Апробація туристами техніки на тренажерах Збірка туристами моделей літаків та ракет Обід в «космічних» їдальнях	Південний машинобудівний завод ім. О.М. Макарова
Концерн VOLKSWAGEN - автомобілебудування	Німеччина	Можливість спостерігати за виробництвом через скляні стіни Можливість віртуальної збірки автомобілів індивідуальної комплектації	Синельниковський ресорний завод, шпалерна фабрика «Винил»
Завод HEINEKEN - пивоваріння	Нідерланди	Скляний коридор під стелею, через який можна спостерігати процес пивоваріння	Дніпропетровський пивоварний солодовий завод
Концерн BMW - автомобілебудування	Німеччина	Вільний вхід для туристів на територію заводу для спостерігання процесу виробництва Безкоштовний обід	Дніпропетровський приладобудівний завод, підприємство з виробництва керамічної плитки «Inter Cerama»
Фабрика CADBURY - виготовлення кондитерської продукції	Великобританія	«Шоколадний» Disney Land	Шоколадна фабрика «АВК», підприємство з виготовлення харчових наповнювачів «Тотал»

Основними формами промислового туризму визнані: спостереження за виробничим процесом; ознайомлення з матеріалами корпоративних музеїв; відвідування інформативно – розважальних центрів; дегустація; ексклюзивна торгівля. У даному контексті ми вважали за необхідне надати класифікацію промислового туризму за історичними етапами розвитку.

Важливим при цьому є налагодження співробітництва між інституціями в Україні і ЄС. Прикладом може слугувати «Culture Bridges» – програма розвитку українського культурного сектору, основними цілями якої є сприяння розвитку місцевих культурних і креативних індустрій.

Програма фінансується ЄС у межах імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС задля сприяння розвитку культури та креативних індустрій, підтримки толерантності та внутрішньої єдності в Україні, а також для промотування спільних цінностей.

Програма «Гранти національної співпраці» надає гранти для українських інституцій із щонайменше двох несуміжних областей України на реалізацію спільних проектів у сфері культури та креативних індустрій. Подача проектів відкрита лише для організацій з України, зокрема для організацій громадянського суспільства, організацій державного сектору та приватних організацій (також і прибуткових), що працюють у культурному та творчому секторах.

Зауважимо, що до культурних і креативних індустрій належать: архітектура;– архівна справа;– аудіовізуальні мистецтва (включаючи кіно, телебачення, інші мультимедіа);– бібліотеки та музеї;– видавнича справа;– візуальне мистецтво;– дизайн;– креативні простори та платформи взаємодії;– література;– матеріальна та нематеріальна культурна спадщина;– медіа (включаючи радіо, телебачення та онлайн-медіа);– мода;– музика;– перформативні мистецтва;– ремесла;– фестивалі.

Однією з таких креативних індустрій можна вважати види і форми промислового туризму. Зокрема, за результатами першого конкурсу програми «Culture Bridges» у 2018 році підтримано 43 заявки із загальним бюджетом у майже 348000 євро у таких категоріях: фестивалі, візуальне мистецтво, матеріальна та нематеріальна культурна спадщина. Загалом у рамках конкурсу отримано 544 заявки за всіма напрямками грантів. Заявники представляють усі області України. Європейські партнери, що взяли участь у конкурсі, представляють більш ніж 10 країн ЄС.

Таблиця 1.6 – Класифікація промислового туризму

Назва етапу	роки	характеристика
Зародження промислового туризму	30-70-ті рр. XX ст.	Старопромислові регіони, що виникли на хвилі індустріалізації XIX-XX ст., зберегли потенціал екстенсивного промислового розвитку, зіткнулися з необхідністю модернізації традиційної галузевої структури, так першим прототипом промислового туризму були виробничі екскурсії. Відомо, що першим підприємством, що допустило до себе туристів у 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція)
Становлення промислового туризму	1980-2000 рр.	На початку 80-х рр. XX ст. у західноєвропейському туроперейтінгу з'являються перші організовані тури на промислові об'єкти. Тоді, під впливом італійського історика мистецтв Еудженно Батістеса європейці почали досліджувати старі, закинуті ще в 1950-х роках заводи, фабрики та шахти, називаючи їх першими пам'ятками індустріальної епохи. Більшість західних підприємств, незалежно від розміру, солідності та приналежності, відкрили свої прохідні для простих громадян, а ті звернули свою увагу на заводські та фабричні корпуси
Активізація розвитку індустріального туризму	2000 рік по теперішній час	Зокрема, розвиток індустріального туризму спостерігається в наступних секторах господарства: Авіапромисловість. Свої двері для відвідувачів відчиняють літакобудівні корпорації Boeing, Airbus та ракетно-космічна Northrop Grumman, де демонструють усьому світу свою відкритість, безпечність та мирну спрямованість. Автопромисловість. Виробники Ford у процесі зацікавлення відвідувачів зробили основну ставку на багату історію своєї фірми. У спеціально створеному в Детройті «Червоному Центрі Форду» відвідувачів спочатку на спеціальних автобусах возять по місцях, де понад сторіччя тому жив та працював засновник компанії Генрі Форд. Потім, у Rare Historie Viewing, їм розповідають про всі злети та падіння, які пережила компанія.

2. Стан промислового туризму в Україні: аналіз та тенденції розвитку

Характерною рисою сучасного ринку туристичних послуг є не лише зростання туристичної активності, а й попит на такі види туризму, які є ексцентричними, нетрадиційними, мають ризик і небезпеку.

Це є свідченням формування нових цінностей, інтересів та потреб в житті людини, появи вибагливих туристів-споживачів туристичних послуг. Новими й інноваційними стають також моделі поведінки споживачів туристичних послуг. Можна говорити про певну адекватність таких моделей вимогам цифрової епохи. «Для сучасного туриста основним є не сам продукт, а відчуття і враження у процесі його споживання» [11].

Саме у цьому контексті актуалізується проблема розвитку регіонів України, зокрема промислових зон і територій, рекреаційний потенціал яких можна використати для задоволення вищезазначених потреб споживачів.

Однією зі стратегічних задач щодо використання промислових міст як туристичних регіонів полягає в тому, щоб оцінити їх можливості, економічну доцільність щодо розвитку туристичної галузі. Саме тому, можна стверджувати, що створення позитивного іміджу регіонів є важливим питанням для розвитку туристичної промислової галузі України. Йдеться про необхідність подолання обмеженості перспектив розвитку промислових регіонів України, пошук нових напрямів діяльності, зокрема в сфері послуг. Тому актуальності набувають аналіз перспектив та стратегічних пріоритетів поки ще не досить поширеного різновиду туристичної діяльності – промислового туризму.

За походженням ресурси промислового туризму доволі різноманітні, але основоположне значення мають: промислові будівлі та споруди; техногенні форми рельєфу; машинне устаткування та обладнання. Водночас до ресурсів промислового туризму належать ті, які становлять техногенну цінність, стали надбанням індустріальної цивілізації, до того ж всі вони повинні бути безпосередньо включені, або були включені, до процесу виробництва.



Джерело: розроблено автором

Рисунок 2.1 – Ресурси промислового туризму

Як бачимо, цивілізація нестримно змінює навколишнє середовище. «Технічний прогрес, випереджаючи гуманістичний розвиток, визначає динаміку процесів глобалізації» [19]. Актуальним є пошук нових підходів до вирішення завдань збереження культурної ідентичності. На межі століть зміни, події в світі визначили звернення до інститутів, культурних цінностей людства, що традиційно були засобом збереження. Найважливішим завданням цих інститутів став пошук можливостей активної участі у вирішенні проблем глобального світу, пошук шляхів швидкої реакції на його зміни.

Нами були визначені фактори виникнення та розвитку промислового туризму. До них ми віднесли: розвиток та видозміни існуючих підвидів туризму; поява значної кількості промислових об'єктів як об'єктів промислового туризму; розробка нових стратегій використання туристичного потенціалу територій тощо (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Фактор виникнення та розвитку промислового туризму

Вчені вважають потенційними територіями для промислового туризму регіони, в яких сформувались комплекси антропогенних ландшафтів. Основу таких комплексів складають промислові ландшафти (працюючі та неробочі) – кар'єри, відвали, шахтні поверхневі провалля, шахтні підземні порожнини, об'єкти виробництва (заводи, фабрики, шахтні споруди, комбінати, електростанції). Підприємства промисловості створюють матеріальні предмети та надають певні послуги (ремонт, переробка відходів тощо). В промисловому виробництві застосовуються технології, які відсутні у природі

Галузі промисловості поділяються на добувні (гірнича промисловість – надає первинну мінеральну сировину) та обробні (переробляють сировину). За типом виробленої продукції промисловість поділяється на 3 великі галузі – харчову й легку (виробляють предмети повсякденного споживання), важку (виробляє засоби виробництва).

Статистика України виділяє 16 комплексних галузей промисловості: електроенергетика, паливна, чорна металургія, кольорова металургія, машинобудування й металообробка, хімічна і нафтохімічна, лісова (з деревообробною і целюлозно-паперовою), будівельних матеріалів,

будівельних конструкцій і деталей, скляна і фарфоро-фаянсова, легка, харчова, мікробіологічна, борошно-круп'яна і комбікормова, медична, інші галузі промисловості (виробництво іграшок, хімчистка, пральні, виробництво музичних інструментів та ін.) [22]. Комплексні галузі діляться на прості галузі, які в свою чергу здрібнюються на підгалузі та окремі виробництва.

Таким чином, промисловий туризм слід трактувати як тимчасове переміщення людей з місця свого постійного мешкання в іншу місцевість у вільний час в цілях відвідання працюючих промислових об'єктів. В ландшафтознавчому розумінні промисловий туризм – відвідування промислових ландшафтів – гірничопромислових і фабрично-заводських, які знаходяться в стані активної експлуатації.

Головним мотивом в промисловому туризмі є зацікавленість туриста технологіями виробництва. Переважно, саме в такому напрямі і розвивається промисловий туризм в багатьох країнах світу.

Серед альтернативних видів туризму помітне місце займає промисловий (індустріальний) туризм, суть якого полягає в організації регулярних туристичних турів на промислові підприємства з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів туристів.

Промисловий туризм вчені визначають як нетрадиційний туристичний продукт, який утворюється завдяки діючим промисловим об'єктам і техногенним утворенням. Основними стратегіями позиціонування нетрадиційного туристичного продукту нами визначені диференціація продукту; знаходження своєї ніші на ринку; малі витрати.

Нами були сформовані інструменти суб'єктивного позиціонування нетрадиційного туристичного продукту. Серед них: підготовка й поширення позитивної туристичної інформації; вивчення особливостей сприйняття промислових об'єктів; опис унікального продукту; вивчення мотивації відвідувань індустріальних об'єктів; створення відпочинково-рекреаційних зон; створення й функціонування індустріальних спеціалізованих музеїв; засвоєння туристами окремих етапів виробничого процесу та ін.

Нами була розроблена структурно-функціональна модель системи ефективного позиціонування нетрадиційного туристичного продукту (рис. 2.3). Результатом її реалізації повинна бути сформована нова модель сприйняття промислових об'єктів в процесі реалізації нетрадиційного туристичного продукту.

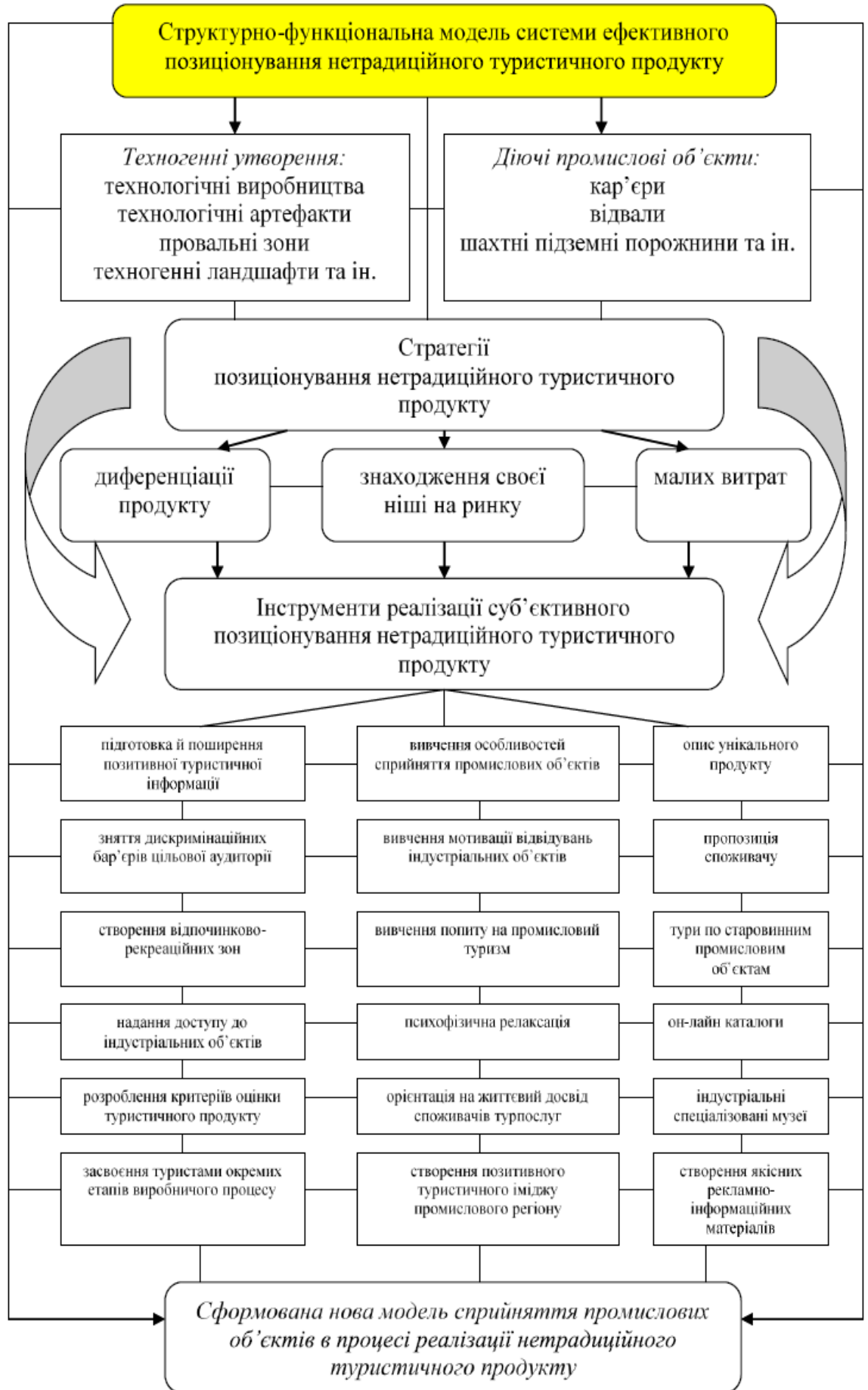


Рисунок 2.3 – Структурно-функціональна модель системи ефективного позиціонування нетрадиційного туристичного продукту

Цікавим прикладом спрямування уваги до промислового туризму як інноваційного креативного туристичного продукту є Програма розвитку туризму у Дніпропетровській області на 2014 - 2022 рр., яка ставить своїм завданням формування виняткового і різноманітного туристичного продукту, просування його на внутрішньому та міжнародних ринках шляхом рекламно-інформаційної кампанії.

У даному контексті актуалізується такий інструмент креативної індустрії як партнерська взаємодія бізнесу й населення, в процесі якого відбувається ефективне управління просторовим розвитком ринку туристичних послуг й оптимізація освоєння соціального простору. Пріоритетним повинна стати соціальна відповідальність бізнесу, спрямована на створення внутрішніх соціальних програм (відповідальність керівництва компанії, розвиток взаємовідносин тощо) та на захист інтересів найманих працівників і роботодавців й баланс інтересу сторін [8].

Велике значення має інформування громадськості про діяльність туристичної фірми через відомості пізнавально-подієвого характеру в засобах масової інформації, проведення днів туризму, ініціативні конкурси, спортивно-видовищні заходи тощо. Саме тут важливо використовувати Інтернет, а також створення туристично-інформаційних центрів. Функціонування туристично-інформаційного центру надасть можливість споживачам туристичних послуг отримувати безкоштовну туристичну інформацію, популяризувати туристичну територію, забезпечити їх зручними картосхемами турів, донести інформацію до мало мобільних громадян [26].

Мова йде про налагодження взаємодії між виробниками послуг та їх споживачами на конкретній промисловій території. Саме тому, важливим є розробка і впровадження креативних індустрій, які використовують культурну спадщину та мистецтво в якості ресурсу для створення нових сенсів, продуктів та послуг. Це повністю відповідає політиці ЄС в галузі культури, основними пріоритетами якої стали: «доступність та інклюзивність культури; культурної спадщини; культурних та креативних секторів: розвиток креативної економіки та інновацій; промоцій культурного розмаїття, мобільності та культурної дипломатії» [15].



Рисунок 2.4 – Напрями мотивації промислового туризму

Основними напрямками мотивації промислового туризму для промислових підприємств визначені: збільшення обсягів продаж; отримання додаткового доходу та прибутку; залучення інвестицій. До основних напрямів мотивації промислового туризму для туристів визначені: обмін досвідом працівників різних підприємств, формування позитивного ставлення до суб'єктів індустріальної культури тощо.

Промисловий туризм краще будь-якої реклами, адже, побачивши на власні очі якісний процес виробництва, турист стає більш лояльним до виробника певної групи товарів та послуг. Ефективна реклама промислового підприємства, яка не потребує фінансових витрат - це дієвий засіб додаткового прибутку і все це поєднує в собі промисловий туризм. Велика кількість вітчизняних та зарубіжних туристів готові платити кошти, аби на власні очі побачити процес виробництва. Не тільки виробництво товарів, а й виробництво послуг можна перетворити на шоу для туристів без шкоди для виробничого процесу [27].

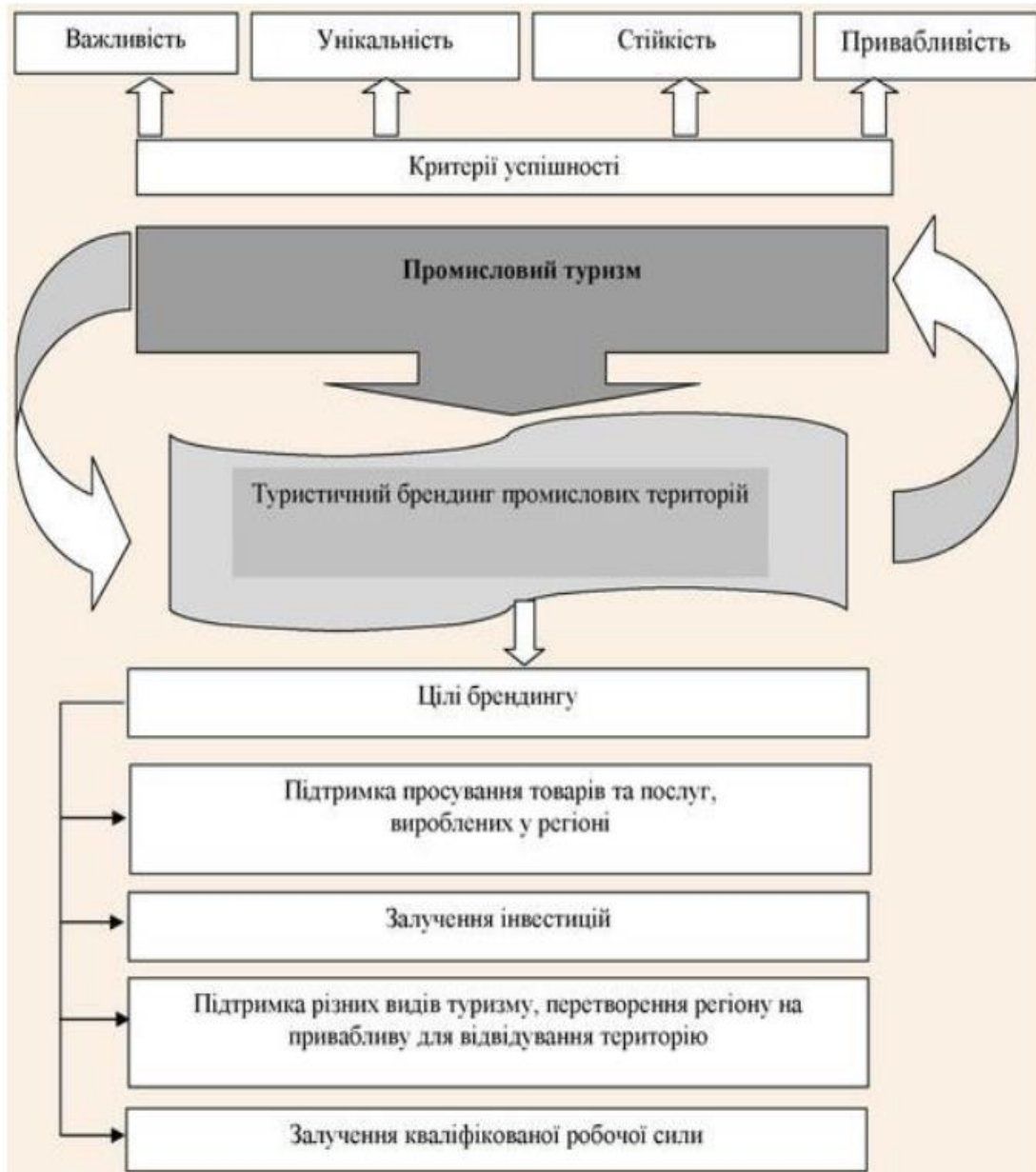


Рисунок 2.5 – Туристичний брендинг промислових територій

До критеріїв успішності промислового туризму визначені важливість, унікальність, стійкість, привабливість. Промисловий туризм має свій брендинг, який базується на: цілях брендингу; підтримці просування товарів та послуг; залученні інвестицій; підтримці різних видів туризму, перетворення регіону на привабливу для відвідування територію тощо.

Цілком природно, що переважна більшість об'єктів індустриальної спадщини знаходиться в містах, особливо таких великих промислових центрах, як Дніпропетровськ, Донецьк, Макіївка, Кривий Ріг, Дніпродзержинськ, Артемівськ та інших. Об'єкти індустриальної спадщини Дніпропетровської та Донецької областей мають історичну, наукову, містобудівельну, естетичну, рекреаційну, утилітарну цінність, тому являють

собою потужний потенціал для розвитку молодіжного туризму: • пасивного (спостереження, споглядання, огляд, фотографування об'єктів); • активного (отримання задоволення від дослідження індустріальних об'єктів, подолання перешкод – індустріальна археологія, паркур, заняття спортом і проведення спортивних змагань тощо).

3. Шляхи активізації промислового туризму в Дніпропетровській області

Сьогодні існують території, які можна вважати депресивними. Мова йде про великі індустріальні міста, які мають значну кількість промислових підприємств і які забруднюють навколишнє середовище внаслідок своїх виробничих процесів. Ці антропогенні ландшафти, які мають значну кількість технологічних артефактів потребують значної уваги, потребують впровадження в життя виробничих атракцій.

Мова йде про використання місцевих ресурсів в якості туристично-рекреаційного потенціалу. Саме цей шлях можна вважати ефективним для подолання негативного іміджу того чи іншого промислового регіону. Місцеву ідентичність можна зберегти завдяки розвитку промислового туризму, який у свою чергу буде стимулювати сферу послуг, а також сприятиме зайнятості населення регіону.

Як показав аналіз наукових праць вчених, рекреаційні ресурси Дніпропетровської області вивчені недостатньо, відсутній системний підхід у вирішенні даної проблеми. Традиційним є підхід до визначення Дніпропетровської області як регіону, в якому більшість складає промислові дестинації. Саме вони традиційно вважаються основним чинником розвитку промислового туризму. Незважаючи на створення іміджу Дніпропетровської області як екологічно несприятливої території, що насичена промисловими виробництвами, неможливо зупинитися лише на цій складовій області. Дніпропетровщина «має значний потенціал для розвитку туристичної індустрії: вигідне географічне положення, сприятливі природні та кліматичні умови, історико-культурні пам'ятки, традиції гостинності» [25].

В 2016 році була прийнята Програма розвитку культури у Дніпропетровській області на 2017 – 2020 рр., в якій сфера культури визначається «найчутливішим показником реалізації прав людини, зокрема таких, як право на ідентичність, національну пам'ять, почуття власної гідності та соціальної злагоди. Саме культура, що заохочує до найрізноманітніших форм творчого самовираження і водночас вивчення та оновлення традицій, сприяє розвитку економіки, інноваційної політики та активній участі громадянськості в побудові сучасної та демократичної держави» [37].

У Дніпропетровській області є достатньо підприємств, які можна вважати найбільшими у Європі за обсягами виробництва. Серед них: Нижньодніпровський трубопрокатний завод, кар'єри Інгулецького та Криворізького районів, комбінати в Орджонікідзе, в Нікополі та ін. Аналіз стану справ свідчить, що все більша кількість мешканців регіонів, а також іноземців надають перевагу екскурсіям на промислові підприємства області. Зростаючий попит на промисловий туризм, зокрема екскурсійні послуги, відкриває нові можливості для співробітництва туристичних підприємств з промисловими гігантами. Таблиця 3.1 - Туристична активність підприємств Дніпропетровського регіону за галузевою ознакою

Галузь	Підприємства, на яких постійно проводять екскурсії	Підприємства, на яких екскурсії проводились декілька разів	Підприємства, на яких екскурсії взагалі не проводяться
Добувна промисловість		<ul style="list-style-type: none"> - «Інгулецький гірничо-збагачувальний комбінат» - «Суша Балка» 	<ul style="list-style-type: none"> - «Ерлан» - «Центральний гірничо-збагачувальний комбінат» - «Північний гірничо-збагачувальний комбінат»
Машинобудування			<ul style="list-style-type: none"> - «ДЕВЗ» - «ДніпроТяжМаш» - «ДСЗ» - «ДніпроТяжБумМаш» - «Дніпропетровський агрегатний завод» - «ДКЗ» - «Дніпропетровський завод прокатних валків» - «АлюМаш» - «Дніпропетровський приладобудівний завод» - «Синельниківський ресорний завод» - «Дніпропрес»
Металургія	<ul style="list-style-type: none"> - Інтерпайп НИКО-ТБЮБ- Інтерпайп СТАЛЬ - Інтерпайп НМГЗ 	Дніпродзержинський металургійний комбінат	- Інтерпайп ВторМет
Харчова промисловість	<ul style="list-style-type: none"> - «Агро-Союз» (молочне виробництво) - Кондитерська фабрика «АВК» 		<ul style="list-style-type: none"> - Дніпропетровський завод «Олейна» - Дніпропетровський комбінат харчових концентратів - Дніпровський крохмалопаточний комбінат «Тотал» - Дніпропетровський пивоварний завод «Дніпро»
Хімічна промисловість			<ul style="list-style-type: none"> - «Полифарб» - «Інтеркерама»
Інші галузі			<ul style="list-style-type: none"> - Виробництво м'яких іграшок «Детство» - Виробництво м'яких іграшок «Twins-toys» - Виробництво шпалер «Вініл» - Виробництво меблів «Меблі Прогрес»

Ми вважаємо, що туристичний потенціал області має значне культурно-історичне значення, про що свідчить туристична активність підприємств Дніпропетровської області за галузевою ознакою (табл. 3.1).

Для підприємств Дніпропетровського регіону перетворення його на об'єкт промислового туризму стає складовою частиною стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Сьогодні Дніпропетровщина для багатьох являє собою важливий індустріальний центр всієї України, але вона також пропонує чимало туристських об'єктів. Наприклад, визначні пам'ятки Катеринославського краю здавна привертала увагу як видатних письменників, художників, видатних діячів, так і чисельних туристів. Окрім історико-географічного (відвідання запорозьких святинь, історичних пам'яток), гідрологічного та бальнеологічного (відпочинку на Солоному Лимані та Дніпровських водосховищах), геологічного (Волоські скелі), мінералогічного, геоботанічного, екологічного видів туризму, Дніпровський край може запропонувати потенційним туристам знайомство із своїм промисловим комплексом, що є одним із найбільших в державі, а по деяких параметрах – й унікальним.

Дніпропетровська область має достатньо великий туристично-рекреаційний потенціал, крім того існують передумови для його розвитку: природні особливості регіону, який знаходиться на кордоні змішаних лісів та степової зони, унікальні водні ресурси; культурно-історична спадщина; етнографічно-культурний потенціал (народні промисли та ремесла). Туристична сфера області усе впевненіше заявляє про себе, як дійсно конкурентно спроможна індустрія, що відчутно сприяє економічному розвитку Дніпропетровщини та зростанню добробуту громадян.

Одними з пріоритетних завдань розвитку туризму в Дніпропетровській області визнані: включення індустріальних об'єктів Дніпропетровщини до Європейського маршруту індустріальної спадщини (ERIH); розвиток промислового туризму; створення хостелів на базі гуртожитків ПТНЗ та ВНЗ; популяризація сільського зеленого туризму тощо. Наголошується в Програмі на значному рекреаційному потенціалі області, а саме: в області 114 природно-заповідних територій і об'єктів; 51 пам'ятка природи, 8 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва; 3 заповідні урочища. На території Дніпропетровщини 84 готелі, 130 баз відпочинку; зареєстровано 240 туристичних організацій, з яких близько 200 працюють у сфері міжнародного туризму.

Різноманітність маршрутів сприяє зростанню зацікавленості екскурсантів як внутрішніх, так і зовнішніх, унаслідок чого спостерігається позитивна динаміка зростання кількості екскурсій та екскурсантів, які відвідали місто.

Таблиця 3.2 - Аналіз проведення екскурсій та охоплення екскурсантів у 2017 - 2018 роках

	Одиниці виміру	2017 рік	2018 рік	Темп зростання, рази
Усього екскурсій, у тому числі за інформаційної підтримки Інституту розвитку міста	одиниць	1 442	2 299	1,6
		471	529	1,1
Усього екскурсантів, у тому числі за інформаційної підтримки Інституту розвитку міста, з них:	осіб	25 848	35 244	1,4
		8 700	10 051	1,2

Важливим завданням постає складання маршруту промислового туру на основі певної класифікації. Мова йде про навчальний промисловий тур, під час якого студенти та учні політехнічних навчальних закладів (середніх і вищих) отримують певні знання, уявлення про техногенні образи підприємств, які вони вивчали теоретично під час навчання та на практиці.

Науковий промисловий тур розрахований на фахівців, які професійно займаються вивченням процесу виробництва, а також пошуком шляхів його покращення.

Професійний промисловий тур передбачає, в першу чергу, обмін досвідом працівників різних підприємств.

Діловий промисловий тур спрямований на укладання договорів купівлі-продажу між представниками різних галузей та підприємств, вивчення та патентування окремих технологічних процесів. .

Цікавим є такий вид промислового туру як екстремальний – відвідування промислових ландшафтів з метою отримання гострих вражень.

Екологічний – відвідування порушених промислових ландшафтів з метою вивчення досвіду їх рекультивації, а також запобігання погіршенню стану навколишнього природного середовища.

Пізнавальний – відвідування підприємств та унікальних промислових ландшафтів з метою вивчення їх особливостей.

Культурологічний – формування позитивного ставлення до об'єктів індустриальної культури.

Економічний – отримання доходів від відвідування туристами промислових ландшафтів.

Промислова екскурсія на підприємства дозволяє отримати сильні емоції та враження, коли можна поєднати відпочинок з пізнавальними цілями.

Промислова екскурсія – це інтелектуальна діяльність у вільний або навчальний час, з метою колективного, рідше індивідуального, відвідування

об'єктів промислового туризму, що вимагає певної витрати фізичних і духовних сил. Завдяки своїй наочності, дохідливості, емоційності така екскурсія є надзвичайно ефективною формою передачі знань екскурсантам, сприяє глибокому засвоєнню наведених фактів, робить сильний вплив на формування духовного обличчя людини [37].

Промислово-історичні екскурсії розкривають історію підприємства, показують біографію і досягнення заводу, фабрики, транспортного вузла, сільськогосподарського підприємства, наукового чи навчального закладу. На промислово-економічних екскурсіях розкриваються питання собівартості та якості продукції, наукова організація праці. Промислово-технічні забезпечують показ технологічного процесу, роботу окремих цехів і дільниць. Цехи – чудовий об'єкт промислового туризму, найбільш рентабельний спосіб реклами: затрати мінімальні, а вражень багато.

В особливу підгрупу виділяють промислові екскурсії, які проводять з метою професійної орієнтації підлітків, надання допомоги учням загальноосвітніх шкіл у виборі ними майбутньої професії.

Подібні екскурсії присвячені детальному ознайомленню з різними професіями, а в ряді випадків – всебічному показу однієї-двох професій.

До групи природознавчих екскурсій входять географічні, оглядові природознавчі, геологічні, гідрологічні, ґрунтознавчі, ботанічні, зоологічні, екскурсії до унікальних пам'яток природи, природоохоронної або екологічної тематики.

В оглядових передбачається розкриття декількох підтем: історія краю, досягнення в економіці, культурі, науці, особливості природи і ряд інших. Місцем проведення промислових екскурсій є заводи, фабрики, сільськогосподарські підприємства, будови промислових, житлових культурно-побутових об'єктів, залізничні вокзали, річкові й морські порти, аеропорти, науково-дослідні інститути, вищі навчальні заклади, планетарії, театри, цирку, філармонії та інші об'єкти виробничого, навчального, наукового та соціально-культурного призначення.

Маршрути промислових екскурсій можуть охоплювати як все підприємство в цілому, так і окремі його виробничі ділянки. Продукти, що виробляються в так званому режимі онлайн, відразу ж можна спробувати, приміряти, купити, а в деяких випадках зробити самому. Особливо цікавий промисловий туризм для подорожуючих з дітьми. Їм цікаво, що було з морозивом та шоколадкою до того, як вони потрапили до супермаркету.

Відвідування туристами промислового об'єкту з одного боку може сприйматися як атракціон, але з другого боку долучає відвідувачів до індустріальної спадщини, що є важливим і для патріотичного виховання.

Електросталеплавильний завод Інтерпайп Сталь у Дніпрі, що є першим потужним металургійним підприємством, побудованим в Україні за роки незалежності. Цей знаковий для українського суспільства проект об'єднує в собі новітні технології та п'ять масштабних арт-інсталяцій Олафура Еліассона. На підприємстві створено безпечні умови для перебування туристів та

регулярно проводяться безкоштовні екскурсії для організованих груп туристів.

Ми проаналізувати стан промислового туризму у Дніпропетровській області і дійшли висновку, що він не використовує увесь свій наявний потенціал з огляду на цілу низку чинників:

1. Відсутність на законодавчому рівні визначення поняття «індустріальний туризм», та відповідно, відсутність нормативно обумовленої процедури відвідування промислових об'єктів екскурсантами.

2. Негативний туристичний імідж промислових регіонів та заангажованість мислення населення щодо можливості розвитку туризму на цих територіях.

3. Відсутність концепції розвитку внутрішнього туризму в Україні. Основна діяльність державних установ туристичного профілю спрямована на залучення іноземних туристів, тоді як найбільші туристичні підприємства країни, навпроти займаються туристичним імпортом (вивозом туристів за кордон). Якщо у світі на внутрішній туризм припадає 80-90% усіх туристичних поїздок, то в Україні згідно з даними Державного комітету статистики, цей показник у 2014 році становив лише 13,3% [13].

Одним із напрямів реалізації креативних індустрій повинно стати відродження старих міських районів із вже прокладеною інфраструктурою, що дозволяє економити на освоєнні нових територій. Інвестори радше вкладатимуть у розвиток історичного району або майданчика в історичному центрі, аніж деінде. Започаткування податку на нерухомість в Україні, унікальність та цінність історичної нерухомості сприятимуть наповненню місцевих бюджетів.

Історичні місцевості начебто мають свою власну особистість. І не дарма, адже будинки тут так само важливі, як і люди. Компактність забудови, людський масштаб споруд, співвимірність вуличного простору сприяє інтенсивності спілкування. Саме тому в історичних районах найбільш вигідно відкривати власний бізнес, саме тому найбільш організовані і активні громади існують саме тут. Потужні і добре скоординована громада здатна піклуватись про свій район, підтримувати окремих членів, організовувати спільні та відкриті для всіх заходи, зрештою, відповідати за стан історичного кварталу або будинку без залучення сторонніх коштів [8].

Історичні місця відображають нашу громадську, національну, державну ідентичність. Історичний спадок віддзеркалює культурний код та самобутність всієї нації, окремого регіону, міста, місцевості. Державна культурна політика значною мірою є питанням стратегічної ваги, що безпосередньо впливає на безпеку та незалежність нашої держави.

Історична архітектура та традиційне міське середовище формує уявлення про гармонію та естетичні смаки багатьох поколінь, програмує життєвий уклад, традиції та світогляд майбутніх українців.

Самоідентифікація нації спирається на історичні здобутки, сприймаючи, переосмислюючи та транслюючи їх у майбутнє, тим самим досягаючи

безперервності і спадкоємності країни, спільноти, родини. Звернення до минулого, до пам'яті, втіленій у матеріальній структурі та образах архітектурних споруд та історичних місць, має потужний освітній та творчий потенціал. Вчитися та винаходити нове найлегше у історико-культурних осередках, формувати образ історичного героя найкраще відвідуючи його помешкання, розуміти формування окремих історичних явищ та менталітету найпростіше подорожуючи визначними місцями країни, зрештою, зрозуміти втрату та смуток цілого народу найглибше можна лише на місці трагедії.

Важливою для реалізації креативних індустрій розвитку міст Дніпропетровської області повинно стати приватно-громадське партнерство на засадах залучення громади як повноцінного учасника для успішного збереження культурної спадщини як основи креативної економіки. Її можна характеризувати як: постіндустріальну економіку, головною рисою якої є домінування сфери послуг над виробництвом; інформаційну економіку, що базується на використанні інформації – економіка знань; інноваційну економіку, головною рисою якої є безперервне продукування ідеї або нововведень, які орієнтуються на динамічні зміни на ринку споживання послуг; глобальну мережеву економіку, яка базується на взаємодії між «носіями» ідеї у світовому масштабі, завдяки мережі Інтернет. Пріоритетним напрямом креативної економіки повинна стати культурна політика певного регіону, просування бренду міста, формування його іміджу та індивідуальності.

Ми дійшли висновку, що креативні індустрії на сучасному етапі розвитку активно використовують культурну спадщину та мистецтво в якості ресурсу для створення нових туристичних продуктів та послуг. На жаль, в Україні не розроблено сталої моделі збереження історико-архітектурної спадщини. Існуючі норми мають характер примусу, жорсткого контролю та покарання за невиконання, що не сприяє заохоченню та стимулюванню недержавних ініціатив.

В умовах непланової економіки, існування різних форм власності, не варто очікувати, що держава, як і в радянський період, повністю візьме на себе забезпечення ресурсної бази збереження і реставрації пам'яток та визначних місць. Українське законодавство практично не має відповіді на питання щодо узгодження пам'ятко-охоронних вимог та права приватної власності.

Країні бракує успішного досвіду приватної ініціативи або приватно-громадського партнерства у підтримці пам'ятко-охоронної діяльності. Тож постає питання про створення умов та можливостей для зацікавлення і залучення різних учасників у збереження культурного надбання, про формування середовища заохочення взаємовигідної співпраці усіх зацікавлених сторін.

Часто громадські протести є єдиним можливим шляхом зупинення руйнації історико-архітектурних об'єктів. Проте таких підхід може гарантувати безпеку існування пам'ятки лише на короткий час. Цікавим є приклад успіху системи збереження культурної спадщини у

англосаксонському світі, зокрема, Сполучених Штатах, який базується на продуктивній взаємодії приватного та громадського секторів. Зокрема, історія приватної ініціативи у збереження національних надбань США старша за Національну Службу Парків (National Park Service – агенція Міністерства внутрішніх справ США, аналог центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику в галузі культурної спадщини в Україні). Нині існує більше 160 партнерських організацій, що допомагають НСП у збереженні національних парків. Значна кількість національних парків функціонують виключно завдяки приватно-громадському партнерству.

Дослідження та аналіз досвіду Сполучених Штатів у сталому збереженні культурної спадщини, модифікований з метою відображення українського контексту, може слугувати моделлю для дієвої програми ініціювання та підтримки залучення приватного сектору до справи збереження культурного надбання України і реалізації креативних підходів до соціально-економічного розвитку міста.

Основною складовою креативної індустрії є історичний та культурний потенціал країни, рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів. У число об'єктів культурного туризму входять: - історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди, виступи фольклорних колективів); - культурні події (виставки, фестивалі, особливості життя населення: кухня, костюми); - культурні кластери, що формуються на основі розвитку креативної ідеї. Культурний туризм впливає на: - стимулювання місцевих ремесел, створення нових робочих місць, залучення молоді та безробітних на ринок праці; - актуалізацію культурної та архітектурної спадщини і джерело фінансових надходжень на охорону і реставрацію; - розвиток міжгалузевих напрямків співпраці; - вивченню регіональних культур з метою формування міжетнічної толерантності. Депресивні регіони та міста мають розглядати культурну спадщину і культурний туризм як джерело розвитку.

Інтеграція окремих пам'яток культурної спадщини в туристичну мережу, яка стимулює затвердження окремих програм реставрації, створення нових іміджевих музеїв, скансенів, ресторанів традиційних страв, обладнання місцевими жителями гостьових кімнат для туристів.

Зауважимо, що сучасна креативна індустрія соціально-економічного розвитку міста передбачає маркетинг територій, який виступає принципово новим креативним підходом до соціальних змін і соціальних процесів у демократичному суспільстві. Вона передбачає зміну маркетингової стратегії з метою побудови нового іміджу різних видів туризму, адже саме туризм є потужною соціальною силою, яка потенційно здатна досягти найбільших соціальних цілей. Саме тому, маркетинг територій інтерпретується як реалізація маркетингової креативної парадигми у соціально-культурній сфері.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Аналіз особливостей розвитку промислового туризму в Україні дозволив нам зробити певні висновки.

Формою функціонування туристичного процесу є ринок туристичних послуг. Одиницею туристичної послуги є комплекс послуг, які надаються одному споживачеві протягом певного проміжку часу, наприклад, надання готельного номера, екскурсії, послуг перевезення тощо.

Розвинена індустрія туризму дає можливість країні зайняти певне місце на світовому ринку турпослуг, забезпечивши конкурентоспроможність власного туристичного продукту.

У результаті аналізу було визначено, що туристичний ринок відіграє визначальну роль в активізації економічного розвитку не тільки безпосередньо туристичної сфери, але й супутніх галузей, а також інших сфер економіки. В ході застосування методики конструювання категорій було сформульовано підходи до тлумачення сутності поняття «туристичного ринку»:

Перша група дослідників аналізує значення туристичного ринку як «економічні відносини». Акцентується увага на купівлі-продажу туристичних послуг.

Друга група науковців інтерпретує суть туристичного ринку як «суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту». Окреслює процеси, які обумовлені суспільно-економічними причинами, але не маніфестує його змісту.

Третя група вчених розглядає як «систему світогосподарських зв'язків, у якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг у гроші і оберненого перетворення грошей в туристично-екскурсійні послуги». Окреслює сутність ринку як цілісність багатьох елементів та характеризує їх взаємовідносини.

Особливе місце в структурі туристичного ринку займає промисловий туризм. Саме він інтегрує в собі різні аспекти соціальних, економічних та екологічних продуктів, товарів і послуг переважно інтелектуально-пізнавального та атрактивного характеру; створює можливості ознайомити споживачів туристичних послуг з технологічними процесами, експозиціями спеціалізованих індустріальних музеїв.

Основними перевагами промислового туризму ля підприємств визначені: стимулювання збільшення продажів продукції; залучення інвестицій; формування позитивного іміджу завдяки рекламі виробництва тощо.

Для туристів основними перевагами промислового туризму виступають отримання нових знань, емоцій та вражень; цінова політика турів; обмін досвідом тощо.

Особливо важливо для нас було визначення переваг промислового туризму для регіону, серед яких: підвищення туристичної привабливості регіону; додаткові надходження до бюджету; залучення інвестицій;

збільшення кількості робочих місць; стимулювання розвитку інфраструктури тощо).

Є два шляхи реалізації туристичних послуг: прямий збут – від виробника до споживача та збут через посередників. Саме туристичні агентства й туристичні оператори здійснюють організаторську та посередницьку діяльність із надання туристичних послуг. Туристичні оператори формують комплексний туристичний продукт з метою задоволення потреб туристів, а туристичні агентства є лише посередниками у процесі реалізації та збуту туристичних послуг.

Отже, ключовим моментом функціонування ринку туристичних послуг є задоволення туристичного попиту через реалізацію туристичних послуг. Цей процес буде ефективним за умови системної взаємодії постачальників та покупців туристичних послуг. Тому передумовами розвитку ринку туристичних послуг є надійний, оперативний прямий та зворотний зв'язок між суб'єктами ринку, а також відповідальність посередників стосовно інформації щодо споживчих властивостей, якості та безпеки туристичних послуг.

Основними формами промислового туризму визнані: спостереження за виробничим процесом; ознайомлення з матеріалами корпоративних музеїв; відвідування інформативно – розважальних центрів; дегустація; ексклюзивна торгівля тощо.

В першу чергу промисловий туризм передбачає знайомство і відвідування промислових підприємств.

По-перше, в умовах конкуренції екскурсії на виробництво – це сильний маркетинговий хід. Приймаючи гостей на території свого підприємства, власник має нагоду продемонструвати його потужність і потенціал, якість продукції, переваги перед конкурентами.

По-друге, це підвищення інвестиційної привабливості підприємства. Проведення екскурсій для широкого загалу туристів – це ще й можливість знайти потенційних інвесторів, оскільки серед «ділових туристів» здебільшого є топ-менеджери компаній, які займаються вивченням інвестиційно привабливих регіонів та об'єктів.

По-третє, розвиток промислового туризму – ще один напрям збільшення дохідності підприємства.

У результаті дослідження наявних у науковій літературі підходів до визначення сутності, змісту та результату функціонування туристичного ринку, нами пропонується власне визначення: туристичний ринок – це система взаємовідносин (економічних, соціальних, юридичних), що пов'язують виробників туристичного продукту та споживачів, які зацікавлені в певному виді турпродукту, які мають можливість продавати та купувати їх.

Розроблено концептуальні засади розвитку туристичного ринку України, які являють собою механізми забезпечення розвитку туризму у найбільш рентабельну сферу діяльності, які санкціонуватимуть формування сприятливого середовища для розвитку туристичного ринку, поширення

міжнародної співпраці, пришвидшення інтеграції України до світового туристичного простору.

Проаналізовано прогностичні показники функціонування туристичної сфери України, які припускають схарактеризувати наявність узгодженості між запропонованою концепцією розвитку туристичного ринку України із запропонованим прогнозом WTTC. Таким чином, з ціллю підвищення рівня туристичного ринку необхідно дотримуватися наданих складових концепції, але зважаючи на нестабільне положення України, можуть бути внесені корективи в напрямку успішного здійснення концепції, за для усунення негативних тенденцій.

Отже, слід зазначити що туристичний ринок України, хоч і дещо повільними кроками, починає покращувати свої показники. Позитивний розвиток туристичного бізнесу України в напрямку інтеграції евентуальний тільки завдяки реформуванню цієї сфери та адаптації її функціонування відносно міжнародним стандартам.

Характерною рисою сучасного ринку туристичних послуг є не лише зростання туристичної активності, а й попит на такі види туризму, які є ексцентричними, нетрадиційними, мають ризик і небезпеку.

Це є свідченням формування нових цінностей, інтересів та потреб в житті людини, появи вибагливих туристів споживачів туристичних послуг. Новими й інноваційними стають також моделі поведінки споживачів туристичних послуг.

Однією зі стратегічних задач щодо використання промислових міст як туристичних регіонів полягає в тому, щоб оцінити їх можливості, економічну доцільність щодо розвитку туристичної галузі. Саме тому, можна стверджувати, що створення позитивного іміджу регіонів є важливим питанням для розвитку туристичної промислової галузі України. Йдеться про необхідність подолання обмеженості перспектив розвитку промислових регіонів України, пошук нових напрямів діяльності, зокрема в сфері послуг. Тому актуальності набувають аналіз перспектив та стратегічних пріоритетів поки ще не досить поширеного різновиду туристичної діяльності – промислового туризму.

За походженням ресурси промислового туризму доволі різноманітні, але основоположне значення мають: промислові будівлі та споруди; техногенні форми рельєфу; машинне устаткування та обладнання. Водночас до ресурсів промислового туризму належать ті, які становлять техногенну цінність, стали надбанням індустріальної цивілізації, до того ж всі вони повинні бути безпосередньо включені, або були включені, до процесу виробництва.

Нами були визначені фактори виникнення та розвитку промислового туризму. До них ми віднесли: розвиток та видозміни існуючих підвидів туризму; поява значної кількості промислових об'єктів як об'єктів промислового туризму; розробка нових стратегій використання туристичного потенціалу територій тощо.

Таким чином, промисловий туризм слід трактувати як тимчасове переміщення людей з місця свого постійного мешкання в іншу місцевість у вільний час в цілях відвідання працюючих промислових об'єктів. В ландшафтознавчому розумінні промисловий туризм – відвідування промислових ландшафтів – гірничопромислових і фабрично-заводських, які знаходяться в стані активної експлуатації.

Головним мотивом в промисловому туризмі є зацікавленість туриста технологіями виробництва. Переважно, саме в такому напрямі і розвивається промисловий туризм в багатьох країнах світу.

Серед альтернативних видів туризму помітне місце займає промисловий (індустріальний) туризм, суть якого полягає в організації регулярних туристичних турів на промислові підприємства з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів туристів.

Нами були сформовані інструменти суб'єктивного позиціонування нетрадиційного туристичного продукту. Серед них: підготовка й поширення позитивної туристичної інформації; вивчення особливостей сприйняття промислових об'єктів; опис унікального продукту; вивчення мотивації відвідувань індустріальних об'єктів; створення відпочинково-рекреаційних зон; створення й функціонування індустріальних спеціалізованих музеїв; засвоєння туристами окремих етапів виробничого процесу та ін.

У даному контексті актуалізується такий інструмент креативної індустрії як партнерська взаємодія бізнесу й населення, в процесі якого відбувається ефективно управління просторовим розвитком ринку туристичних послуг й оптимізація освоєння соціального простору.

Мова йде про налагодження взаємодії між виробниками послуг та їх споживачами на конкретній промисловій території. Саме тому, важливим є розробка і впровадження креативних індустрій, які використовують культурну спадщину та мистецтво в якості ресурсу для створення нових сенсів, продуктів та послуг.

Промисловий туризм краще будь-якої реклами, адже, побачивши на власні очі якісний процес виробництва, турист стає більш лояльним до виробника певної групи товарів та послуг. Ефективна реклама промислового підприємства, яка не потребує фінансових витрат - це дієвий засіб додаткового прибутку і все це поєднує в собі промисловий туризм. Велика кількість вітчизняних та зарубіжних туристів готові платити кошти, аби на власні очі побачити процес виробництва. Не тільки виробництво товарів, а й виробництво послуг можна перетворити на шоу для туристів без шкоди для виробничого процесу.

До критеріїв успішності промислового туризму визначені важливість, унікальність, стійкість, привабливість. Промисловий туризм має свій брендинг, який базується на: цілях брендингу; підтримці просування товарів та послуг; залученні інвестицій; підтримці різних видів туризму, перетворення регіону на привабливу для відвідування територію тощо.

Нами були окреслені шляхи активізації промислового туризму в Дніпропетровській області.

Об'єкти індустріальної спадщини Дніпропетровської області мають історичну, наукову, містобудівельну, естетичну, рекреаційну, утилітарну цінність, тому являють собою потужний потенціал для розвитку регіону.

Великі індустріальні міста регіону вважаються депресивними, вони мають значну кількість промислових підприємств, які забруднюють навколишнє середовище внаслідок своїх виробничих процесів. Ці антропогенні ландшафти, які мають значну кількість технологічних артефактів потребують значної уваги, потребують впровадження в життя виробничих атракцій.

Як показав аналіз наукових праць вчених, рекреаційні ресурси Дніпропетровської області вивчені недостатньо, відсутній системний підхід у вирішенні даної проблеми. Традиційним є підхід до визначення Дніпропетровської області як регіону, в якому більшість складає промислові DESTINATIONI. Саме вони традиційно вважаються основним чинником розвитку промислового туризму. Незважаючи на створення іміджу Дніпропетровської області як екологічно несприятливої території, що насичена промисловими виробництвами, неможливо зупинятися лише на цій складовій області.

У Дніпропетровській області є достатньо підприємств, які можна вважати найбільшими у Європі за обсягами виробництва. Серед них: Нижньодніпровський трубопрокатний завод, кар'єри Інгулецького та Криворізького районів, комбінати в Орджонікідзе, в Нікополі та ін. Аналіз стану справ свідчить, що все більша кількість мешканців регіонів, а також іноземців надають перевагу екскурсіям на промислові підприємства області. Зростаючий попит на промисловий туризм, зокрема екскурсійні послуги, відкриває нові можливості для співробітництва туристичних підприємств з промисловими гігантами.

Для підприємств Дніпропетровського регіону перетворення його на об'єкт промислового туризму стає складовою частиною стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Сьогодні Дніпропетровщина для багатьох являє собою важливий індустріальний центр всієї України, але вона також пропонує чимало туристських об'єктів.

Дніпропетровська область має достатньо великий туристично-рекреаційний потенціал, крім того існують передумови для його розвитку: природні особливості регіону, який знаходиться на кордоні змішаних лісів та степової зони, унікальні водні ресурси; культурно-історична спадщина; етнографічно-культурний потенціал (народні промисли та ремесла). Туристична сфера області усе впевненіше заявляє про себе, як дійсно конкуренто спроможна індустрія, що відчутно сприяє економічному розвитку Дніпропетровщини та зростанню добробуту громадян.

Маршрути промислових екскурсій можуть охоплювати як все підприємство в цілому, так і окремі його виробничі ділянки. Відвідування туристами промислового об'єкту з одного боку може сприйматися як атракціон, але з другого боку долучає відвідувачів до індустріальної спадщини, що є важливим і для патріотичного виховання.

Ми проаналізували стан промислового туризму у Дніпропетровській області і дійшли висновку, що він не використовує увесь свій наявний потенціал з огляду на цілу низку чинників:

Відсутність на законодавчому рівні визначення поняття «індустріальний туризм», та відповідно, відсутність нормативно обумовленої процедури відвідування промислових об'єктів екскурсантами.

Негативний туристичний імідж промислових регіонів та заангажованість мислення населення щодо можливості розвитку туризму на цих територіях.

Відсутність концепції розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Одним із напрямів реалізації креативних індустрій повинно стати відродження старих міських районів із вже прокладеною інфраструктурою, що дозволяє економити на освоєнні нових територій. Інвестори радше вкладатимуть у розвиток історичного району або майданчика в історичному центрі, аніж деінде. Започаткування податку на нерухомість в Україні, унікальність та цінність історичної нерухомості сприятимуть наповненню місцевих бюджетів.

Важливою для реалізації креативних індустрій розвитку міст Дніпропетровської області повинно стати приватно-громадське партнерство на засадах залучення громади як повноцінного учасника для успішного збереження культурної спадщини як основи креативної економіки. Її можна характеризувати як: постіндустріальну економіку, головною рисою якої є домінування сфери послуг над виробництвом; інформаційну економіку, що базується на використанні інформації – економіка знань; інноваційну економіку, головною рисою якої є безперервне продукування ідеї або нововведень, які орієнтуються на динамічні зміни на ринку споживання послуг; глобальну мережеву економіку, яка базується на взаємодії між «носіями» ідеї у світовому масштабі, завдяки мережі Інтернет. Пріоритетним напрямом креативної економіки повинна стати культурна політика певного регіону, просування бренду міста, формування його іміджу та індивідуальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Афанасьєв О.Є. Промисловий туризм на Дніпропетровщині: напрями, перспективи та досвід використання // Минуле, сучасне та майбутнє туризму Дніпропетровщини: Матеріали обласної відкритої туристсько-краєзнавчої конференції. Д.: ДДЮЦМС, 2006. С. 88–90.
2. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) / О.В. Бартошук // Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №2. С. 62–68.
3. Біла С.О. Стратегічні пріоритети розвитку туристичних послуг в Україні та перспективи підвищення їх конкурентоспроможності на світовому ринку / С.О. Біла // Стратегія розвитку України. 2016. № 1. С. 17–23.
4. Божко Л.Д. Роль індустріального туризму в інтенсифікації мобільності та гуманізації технологій в Україні / Л.Д. Божко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Історія науки і техніки. Х. : НТУ «ХП», 2014. № 30(1073). С. 28–37.
5. Всесвітня туристична організація ЮНВТО WorldTourismOrganization UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>
6. Головне управління статистики у Дніпропетровській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dneprstat.gov.ua>
7. Голод А.П. Використання Інтернету для промоції турпродукту (на прикладі туристичних підприємств м. Львова) / А.П. Голод // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. К. : Тонар, 2007. С. 56–70.
8. Голубков Е.П. Основы маркетинга / Е.П. Голубков. М. : Финпресс, 1999. 656с.
9. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: [монографія] / Г.О. Горіна. Кривий Ріг: Чернявський Д.О., 2016. 305 с.
10. Gorina G.O. Activities of the international the travel&induatry / G.O. Gorina // Актуальні проблеми економіки. 2015. № 10(172). С. 13–18.
11. Денисюк І. Туристичний потенціал промислових районів міста: реконструкція спадку / І. Денисюк, Ю. Серєда // Український соціум. № 4(35). С. 40–51.
12. Держкомстат України: Туристичні потоки 2016 р. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm
13. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Децентралізація: результати, виклики та перспективи / Результати соціологічного дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dif.org.ua/article/detsentralizatsiya-rezulbtati-vikliki-i-perspektivi>
15. Індустріальний туризм: реалії та перспективи: Матеріали І-го Міжнародного науково-практичного форуму / Редкол.: Я.В. Шрамко, В.Л. Казаков та ін. Кривий Ріг: Вид. Р.А. Козлов, 2013. 228 с.

16. ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНІ МАТЕРІАЛИ до парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rada.gov.ua/news/Novyny/Parlamentski_slukhannya/127696.html
17. Казаков В.Л. Техногенний туризм в системі природокористування / В.Л. Казаков // Екологія і раціональне природокористування: збірник наукових праць. – Суми: Сумський педагогічний університет, 2006. С. 221–229.
18. Квартальнов В.А. Туризм / Квартальнов В.А. М.: Фінанси і статистика, 2012. 320 с.
19. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф.Кифяк. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
20. Кулеш В.Г. Промисловий туризм як основа формування туристичного бренду індустріального регіону. Вісник ДІТБ. 2012. №16. С.109–114.
21. Кулицький С. Імовірні економічні наслідки від запровадження безвізового режиму Європейського Союзу для України [Електронний ресурс] / С. Кулицький // Україна: події, факти, коментарі. 2017. № 12. С.52–64. Режим доступу:<http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr12.pdf>.
22. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. К. : Альтпрес, 2005. 436 с.
23. Лозова О.А. Туризм в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку // Культури народів Причорномор'я. 2012. № 229. С. 44–47.
24. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. К.: Знання, 2008. 661 с.
25. Матузко М.С. Екскурсійні об'єкти Кривбасу / М.С. Матузко // Географічні дослідження Кривбасу. Матеріали кафедральних науково-дослідних тем. Вип. 4. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2009. С. 144–146.
26. Мешко Н.П., Карплюк К.В. Розвиток промислового туризму як напрям у міжнародному туристичному іміджі Дніпропетровського регіону / Н.П. Мешко, К.В. Карплюк // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». 2015. Вип. 7. С. 40–47.
27. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайліченко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
28. Момонт Т. В. Основні фактори розвитку ринку туристичних послуг / Т. В. Момонт. // Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_35
29. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO). – [Електронний ресурс]. // Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>
30. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>

31. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org>

32. Пацюк В.С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні / В.С. Пацюк // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Сер. Географія. Вінниця, 2008. Вип. 15. С. 82–85.

33. Регіональні стратегії розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/regional-dev/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku/regionalni-strategiyi-rozvitku/>

34. Рекреаційно-туристичний комплекс України: монографія / За ред.. М.І. Долішного. Львів, 1997. 259 с.

35. Розпорядження від 1 серпня 2013 р. № 638-р, Київ - Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року / [Електронний ресурс] - Режим доступу: (<https://www.kmu.gov.ua/npas/246640434>)

36. Сорочан В.О. Визначення етапів розвитку промислового туризму // Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 2. 2014. С. 139–142.

37. Стратегічний план розвитку міста Кривого рогу на період до 2025 року. Випуск 2016. С. 56. Режим доступу: https://ig.krmisto.gov.ua/dwn/citycard/strategic_plan_2017_ua.pdf

38. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

39. Ткаченко Т.І. Індикатори розвитку туризму: методичні та практичні аспекти / Т.І. Ткаченко // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози: матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. К.: КУТЕП, 2005. С. 491–496.

40. Чередниченко О.Ю. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/cherednychenko.htm.

41. European Commission (2017) Mapping of Cultural Heritage actions in European Union policies, programmes and activities. – P.5,6.

42. Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics

43. Statystychnyy EKSPRES-VYPUSK za 2017r. [Statistical EXPRESS-DISCOUNT for 2017]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20 December 2018)

44. Statistical EXPRESS-DISCOUNT for 2017. URL:<http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 20 September 2018) (accessed December 05, 2018).

45. UNWTO Tourism Highlights, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
46. UNWTO Tourism Highlights, 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
47. UNWTO Tourism Highlights, 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>
48. UNWTO Tourism Highlights, 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
49. The Economic Impact of Travel & Tourism 2017. European Union [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017>

ДОДАТКИ

Додаток А

Криворіжсталь



Кривий Ріг-промисловий




ПІДГРУНТЯ

Кривий Ріг - потужний промисловий центр

більше 200 об'єктів промислового туризму на території міста

- 45 працюючих шахт з видобутку залізної руди, з яких 8 є основними і великими
- 37 залізорудних шахт
- 41 кар'єр, з яких 11 є велетнями і працюють
- 89 нових і старих відвалів
- 26 провальних зон і зон зрушення в полях шахт
- 15 шламосховищ – гігантських гідровідвалів
- 27 спелестологічних об'єктів (розкриті стволи закинутих шахт, розкриті старі штольні, штреки, шахти, гезенки, провальні колодязі тощо)

Промисловий туризм в Кривому Розі



м. Кривий Ріг

ПРОМИСЛОВИЙ ТУРИЗМ — це вид туризму, який розвивається в промислових регіонах; що має на меті ознайомлення з індустріальними об'єктами, ознайомлення з витворами архітектури індустріальних споруд, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих промислових підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових та інших інтересів.

ЗАХОДИ щодо активізації розвитку промислового туризму

- прийняття «Програми розвитку промислового туризму у місті Кривому Розі на 2013-2015 роки»;
- прийняття «Програми розвитку промислового туризму у місті Кривому Розі на 2016-2020 роки»;
- створення координаційної ради з питань розвитку індустріального туризму;
- залучення провідних промислових підприємств міста до співпраці;
- створення відділу промислового туризму при КП «Інститут розвитку м.Кривого Рогу»;



ПРОМИСЛОВИЙ ТУРИЗМ – це вид туризму, який розвивається в промислових регіонах, що має на меті ознайомлення з індустріальними об'єктами, пізнання витворів архітектури індустріальних споруд, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих промислових підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових та інших інтересів.

Гірничодобувна промисловість

- кар'єри
- шахти
- відвали
- шламосховища

Індустріальна спадщина

- рудники
- промислові об'єкти
- транспортні об'єкти
- селитебні об'єкти

ОБ'ЄКТИ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ

Фабрично-заводська промисловість

- металургія
- машинобудування
- енергетика
- легка промисловість
- харчова промисловість

Техногенні ландшафти

- провалля
- штучний каньйон
- затоплені кар'єри

УМОВИ СТАНОВЛЕННЯ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ

- наявність достатньої кількості індустріально-туристичних ресурсів (промислові підприємства, техногенні ландшафти, об'єкти індустріальної спадщини);
- високий рівень розвитку туристичної інфраструктури (готельного господарства, транспорту, закладів харчування, індустрії дозвілля);
- можливість організованого доступу на працюючі індустріальні підприємства;
- змістовна рекламна кампанія та наявність інноваційних наукових розробок індустріально-туристичної тематики;
- забезпечення безпеки туристів під час екскурсійних програм
- підтримка розвитку промислового туризму на національному та регіональному рівні.



Промисловий туризм Кривого Рогу ПРЕЗЕНТОВАНО

- Міжнародна виставка з індустриального туризму у м. Забже (Польща);
- Загальнонаціональна виставкова акція «Барвіста Україна»;
- II Київський міжнародний туристичний форум;
- V Європейська конференція з індустриального туризму (м. Феррол, Іспанія);
- Дні України в Кошице (Словаччина);
- Міжнародна конференція зі збереження індустриальної спадщини (Лілль, Франція)



СВІТ КРИВОРІЗЬКИХ ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТІВ

	ПРИРОДНІЧІ	ПОДІЄВІ	ЕКОЛОГІЧНІ	ЕКСТРЕМАЛЬНІ
1	Ландшафтний заказник «Візирка»	Кривий Ріг – новорічний на відвалі	Відродження криворізької води	Індустриальний дайвінг
2	Ландшафтний заказник «Балка Північна Червона»	День екскурсорода (21.02.)	Кривий Ріг – геологічний	Сплави по місту на байдарці
3	У гості до Криворізького ботанічного саду	День туризму (27.09)	Контрасти ріки Саксагань	Спуск у стару шахту
4	Криворізький Гранд-каньйон	Фестиваль «Дні Європи у Кривому Розі» (треця субота травня)	Розрив шаблонів-Червоне озеро Кривбасу	Горами шахти Ювілейної
5	Краса затоплених кар'єрів Кривбасу	«Ніч індустриальної Культури» (друга субота вересня)	Полігон твердих побутових відходів	
6	Водні перлини Карачунів			
7	Долина різнокольорових пагорбів			
8	Зимовий сад Кривбасу			



ОСНОВНІ ДОСЯГНЕННЯ у розвитку промислового туризму у Кривому розі

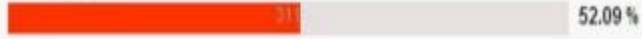


- створено реєстр індустриально-туристичних об'єктів;
- розроблено понад 60 екскурсійних маршрутів та турів;
- розроблено логотип промислового туризму міста;
- розроблено рекламно-інформаційну продукцію;
- підготовлено промоційні передачі з телеканалами «1+1» та «Україна»;
- відкрито спеціальність «Туризм» на базі ДВНЗ «Криворізький державний педагогічний університет»;
- створено сайт промислового туризму;
- проведений I Міжнародний науково-практичний форум «Індустриальний туризм: реалії та перспективи»;
- Всеукраїнський форум «Індустриальний туризм: кращі практики для ефективного розвитку територій»



ПЕРСПЕКТИВИ промислового туризму Кривого Рогу

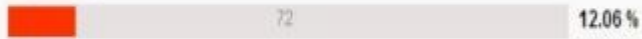
дуже добрі;



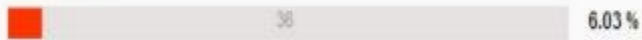
добрі;



задовільні;



незадовільні.



Усього проголосувало: **597**

