

АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Розглянуто питання організації індустріального туризму в світі. Зроблено аналіз його галузевої структури та висвітлено особливості становлення.

Considered question of organization of industrial tourism in the world. The analysis of him is done of a particular branch structure and becoming features are reflected.

Стан питання та актуальність дослідження. Світові реалії розвитку туризму свідчать про докорінну зміну туристичного продукту, що обумовлено еволюцією побажань туристів. Адже у час активних перепитів, туристів вже не завжди задовольняє спокійний відпочинок зі стандартним набором пляжів та музеїв, - вони прагнуть до комплексних вражень, що поєднують найрізноманітніші цілі. На цій хвилі активізується роль індустріального туризму. І хоча вважається, що місто не в змозі в рівній мірі розвивати промисловість та туризм, так як це несумісні сфери, однак перспективи розвитку туризму полягають саме в поєднанні непоєднуваного. Індустріальний туризм, бум якого розпочався приблизно 20 років тому, є яскравим свідченням цього. Серед найбільш вдалих прикладів просування індустріального туризму в світі можна назвати досвід заводів Sinebruhoff, Hartwell, BMW, Audi, що намагаються перетворити свої заводи в шоу-площадки, проект Heineken Experience, який став однією з головних туристичних дестинацій Амстердаму, а також Legoland в Данії, Swarovski Krystallwelten в Австрії, Guinness Storehouse в Ірландії та Ford Rouge Factory Tour в Мічігані.

Мета та завдання дослідження – прослідкувати історію виникнення, галузеву організацію індустріального туризму та виявити характерні особливості його становлення.

Виклад основного матеріалу. Оскільки індустріальний туризм – явище доволі нове, то структурованих його досліджень дуже мало, однак є величезна кількість прикладів міст та підприємств, де активно просувається даний інноваційний напрям.

За нашим визначенням, індустріальний туризм - це вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів. Стосовно дати виникнення індустріального туризму погляди дослідників розділились. Одні вважають, що піонерами в індустріальному туризмі були американські компанії і сталося це в 1866 році, коли свої двері туристам відчинив завод Jack Daniel's. Інші схильні наполягати на тому, що першим підприємством, яке допустило до себе туристів в 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція).

Оскільки систематизувати та детально висвітлити наявний світовий досвід індустріального туризму дуже складно, було вирішено окреслити його галузеву структуру. Так розвиток індустріального туризму зазнав найбільших розмірів в таких господарських секторах:

- **Гірничодобувна промисловість.** Екскурсії на підприємства видобувної промисловості, зокрема, в шахти, рудники, кар'єри відмічені на 4 континентах. Піонером у розвитку шахтного туризму прийнято вважати соляну шахту Величку у Польщі, яку в 1978 г. було включено до Списку світової культурної спадщини ЮНЕСКО. Даний вид туризму дістав поширення у Великій Британії (мідні рудники Корнуолу, вугільні та сланцеві шахти Уельсу), Швеції (залізорудні шахти м. Кірина), Естонії (сланцеві шахти Кохтла-Нимме), Норвегії (мідний рудник Ророс), Чехії (срібний рудник Кутна-Гора), Словаччині (золоторудна шахта Банска Штявница), Росії (в Хібінах, Солікамську, Воркуті, Бурятії), Чилі (мідний рудник Чукікамата), ПАР (алмазні шахти Кімберлі), Австралії (золоті шахти м. Теннант-Крік), США (колишня золотокопальня Боді (Каліфорнія) та срібний рудник Тіп-Топ (Арізона)), Новій Зеландії (колишній центр золотовидобутку Мейстаун), Намібії (алмазні копальні м.Колманскоп).
- **Енергетика.** Найбільший досвід з організації подорожей на енергетичні підприємства має Франція, де туризм на АЕС існує вже понад 20 років. Однак нині лідером у цій країні є припливна електростанція в Рансі, яка щорічно приймає 300000 туристів. Греблю ж гідровузла Санься (Три ущелини) в Китаї щорічно відвідує понад 1 млн туристів. Ця гребля є одним з найбільших об'єктів індустріального туризму.
- **Металургія.** Надзвичайно популярний ретротур на колишній металургійний завод у Чикаго. Туристи не лише дізнаються про каторжну працю металургів у XIX столітті, але і мають можливість відчувати її на собі [1]. Піонером промислового туризму на території колишнього СРСР є металургійний гігант «Северсталь».
- **Машинобудування.** У західних країнах найбільшим престижем користуються відвідування машинобудівних підприємств. Ці відвідування є доволі масовими та масштабними, а тому наявну інформацію доцільно розглянути за окремими складовими.
- **Авіабудування.** Свої двері для відвідувачів відчиняють літакобудівні корпорації Boeing, Airbus та ракетно-космічна Northrop Grumman, де демонструють всьому світу свою відкритість, безпечність та мирну спрямованість. Вартість екскурсій по їх об'єктам не перевищує 100 доларів, що окупаються безліччю атракціонів, що включені до програми. Відвідувачі «літають» на справжніх авіаційних та космічних тренажерах, власними руками збирають діючі маленькі літаки, сидять в кріслах пілотів і навіть обідають в «космічних їдальнях» [7].
- Великим попитом користуються відвідування космічних центрів. Так, космічний центр, розташований у Французькій Гвіані, в 2006 році відвідали понад 62 тис. туристів, з них 23 тис. стали свідками запуску ракети. По-

дібний досвід є і в Росії: в підмосковному Корольові в Центрі управління польотами, періодично влаштовуються екскурсії, що включають відвідування головної зали управління МКС, перегляд відеофільмів, подекуди й сеанс зв'язку з космонавтами.

- Автопромисловість. З метою власної популяризації найбільші автовиробники намагаються організувати так зване «вражаюче виробництво», шляхом як реструктуризації самого виробничого процесу, так і будівництва ультрасучасних підприємств. Так новий футуристичний завод BMW побудовано в Лейпцигу – він першим «дизайнерським» промисловим об'єктом BMW. Кожен день його відвідують до 100 чоловік. Головний конкурент компанії, Audi, вже відкрила для відвідувачів та стилізувала під авіаційні ангари практично всі свої заводи. Компанія Volkswagen інвестувала 187 млн.євро в будівництво особливого заводу для виробництва автомобілів Phaeton – «Скляної мануфактури». Стіни заводу – з скла, а конвеєри – з цінних порід дерева. Але ноу-хау «Скляної мануфактури» в тому, що клієнт в «суспільному центрі» заводу може заздалегідь визначити комплектацію своєї машини, зібравши її на гігантському сенсорному моніторі, потім прослідкувати весь цикл виробництва свого автомобіля, а згодом забрати готову машину буквально з конвеєра. Виробники Ford, в процесі зацікавлення відвідувачів, зробили основну ставку на багату історію своєї фірми. В спеціально створеному в Детройті «Червоному Центрі Форду» (Ford Rouge Centre) відвідувачів спочатку на спеціальних автобусах возять по місцях, де понад сторіччя тому жив та працював засновник компанії Генрі Форд. Потім, в Rare Historie Viewing, їм розповідають про всі злети та падіння, які пережила компанія. Далі в спеціальній Віртуальній Студії досконально пояснюють весь складний процес виробництва сучасного американського автомобіля. Після чого всі разом підіймаються на 80-метрову оглядовий майданчик, звідки оглядають «володіння Ford'у». І лише наприкінці програми екскурсантів відводять до складального цеху, де в них на очах збирають справжній Ford F - 150. Однак, все це вже не безкоштовно. Вартість квитка, в залежності від віку від 10 до 14 доларів [7].

- Суднобудування. Концерн Aker Yards почав проводити екскурсії на судноверф в Турку (Фінляндія). Така екскурсія триває 3 години, в ході якої — відвідування Музею мореплавства, знайомство з сучасними суднами, призначеними для туристичних круїзів та відвідання суднобудівної верфі. У Франції користуються підвищеним інтересом Атлантичні верфі в Сен-Назері [4].

- Виробництво електротехніки. Підприємства даної галузі поки не так широко популяризовані. Так першою серед російських виробників побутової техніки стала проводити концепцію відкритого виробництва компанія POZIS. Вона організовує екскурсії, під час яких всі бажаючі можуть ознайомитися з процесом виробництва холодильної техніки, попрацювати на конвеєрі, дізнатися про перспективи розвитку компанії [5].

- Фармацевтична промисловість в цілому є закритою для сторонніх. Відвідувачів пускають лише на ті підприємства, які повністю автоматизовані та відповідають міжнародним стандартам виробництва (GMP), зокрема, в Росії – це "Отечественные лекарства", "Верофарм", завод "Красногорск лекарства", ЗиО "Здоровье", "Полисан", "Фармсинтез", "Акрихин" та "Фармстандарт" [5].
- Фарфорова промисловість. Відвідування даних об'єктів не мають масового характеру, хоча підвищене зацікавлення викликають фарфоровий завод Herend в Угорщині та фабрика Кузнецовського фарфору в Новгородській області Російської Федерації, що в минулому виконувала замовлення царського дому.
- Легка промисловість. Великим попитом користуються тури на лялькові фабрики. Американська компанія American Girl, один з лідерів світового лялькового виробництва, відкрила три виробничих музеї-палаці: в Чикаго, Нью-Йорку та Лос-Анджелесі. В Росії можна спробувати потрапити на фабрики Гелі, Палюха, Хохломи, на Високівський завод ялинкових іграшок [7].
- Харчова промисловість. Новаторами прийому відвідувачів є заводи по виготовленню пива Sinebruhoff (Австрія), Heineken Experience (Нідерланди), Carlsberg (Данія), Kronenbourg (Франція). Їх досвід активно перейняла низка російських компаній. Так, «Очаково» стало першим «відкритим» пивним виробництвом в Росії: ще в 2000 році для покращення іміджу пивної галузі було влаштовано віртуальну екскурсію, а у вересні 2004 року стартували реальні екскурсії з комерційними цілями.

Однією з перших в Росії почала проводити екскурсії на виробництво пивоварна компанія «Балтика». Так завод в Санкт-Петербурзі щорічно відвідують 35 тис. чоловік, а екскурсії відбуваються 10 раз на день. Кожен бажаючий може побувати на всіх одинадцяти заводах компанії в регіонах, де зможуть побачити: варочний цех; бродильний цех; цех розливу; презентації та фільми про завод; зразки сировини (солоду та хмелю); нагороди заводу; дегустаційний зал, в якому гостям розповідається як правильно вживати пиво. Всім учасникам екскурсії вручається пам'ятний сувенір від компанії [3].

Досвід залучення туристів до пивоварних комплексів переймає компанія «САН ІнБев», яка в березні 2009 року ініціювала старт програми «Промисловий туризм» на базі Клиньського виробничого комплексу [5].

Компанія DERBES практикує індустріальний туризм в Казахстані. Тут запустили три різних за тривалістю маршрути по пивному заводу - від двогодинних екскурсій для професіоналів та півторагодинних для партнерів, до годинних маршрутів для любителів пива, які безкоштовно зможуть побачити весь процес виготовлення пива, а потім продегустувати готовий продукт та пройти спеціальні курси дегустації.

Туристи, що віддають перевагу більш міцним напоям, можуть відвідати ще два об'єкти розвинутого російського промислового туризму, заводи підмосковної компанії «ОСТ-Алхо», більш відома в Росії як «Чорноголов-

ка», та флагмана російського виноробства - московський завод «Кристал». Якщо перший зацікавлює своїми передовими технологіями та повністю автоматизованими лініями, то інший акцентує увагу на багатій історії. Окрім цього, в Москві існує практика відвідування кондитерських фабрик: «Червоний Жовтень» (колишнє товариство «Ейнем»), «Бабаєвську» (колишнє товариство А.І. Абрикосова Синів») та «Рот Фронт». Під час екскурсії можна їсти все, що проходить по конвеєру, а по завершенню екскурсії на туристів очікує солодкий стіл та набори солодких подарунків [5]. Досвід організації екскурсій на підприємства харчової промисловості є і в Англії, де шоколадну фабрику Кедберрі відвідують 400 000 чоловік щороку.

Проте в багатьох країнах мають місце індустріально-гастрономічні тури - відомі «винні тури» у Франції, Іспанії та Аргентині, тури сиру фета в Греції та сирів Франції, пивні тури Чехії та Бельгії [4].

Основною ж тенденцією останніх років є організація комплексних індустріальних парків. Класичними прикладами є тематичний парк Volkswagen's Autostadt поряд з заводом в Німеччині, парк «Урбаністична спадщина» в м. Лоуел (штат Массачусетс), індустріальний парк Hsinchu Science (HSIP), відомий як тайванська силіконова долина, промисловий парк в м. Сучжоу (пров. Цзянсу, Східний Китай), що є офіційно відкритими для туристів [6]. Програми по сприянню розвитку індустріального туризму створені у Франції, США, Німеччині, Китаї, Японії, Росії. У м. Анже (Франція) у 2000 році відбувся Перший європейський колоквиум, присвячений промислому туризму, з того часу там щороку вдало проходить тиждень промислового туризму. Другий європейський колоквиум відбувся у листопаді 2008 року в м. Толедо (Іспанія) [4].

Висновки. Ознайомившись зі світовим досвідом розвитку індустріального туризму, було виявлено характерні особливості його становлення: 1) індустріальний туризм набирає активних обертів в останні 20 років; 2) найоптимальнішими умовами становлення індустріального туризму є формування яскравих вражень у туристів шляхом збалансування розважальної, навчальної та естетичної складової; 3) індустріальний туризм в західних країнах - це не лише модна розвага, але й маркетинговий прийом, як маловитратний спосіб привернення уваги до фірм; 4) розвиток індустріального туризму сприяє покращенню іміджу промислових регіонів; 5) перетворення виробництва в туристичний об'єкт стимулює фірму до покращення корпоративного клімату та трудових відносин; 6) є ціла категорія студентів та робітників, для яких екскурс на промислові підприємства корисний з огляду на необхідність підвищення власної кваліфікації; 7) найпрестижнішими напрямками індустріального туризму є авіа- та автотуризм, а найбільш доступним та найбільш відвідуваними є підприємства харчової промисловості; 8) територіально найбільша концентрація об'єктів індустріального туризму спостерігається в Західній Європі та США; 9) тенденціями останнього часу є створення спеціалізованих індустріальних турів та індустріальних парків.

На майбутнє можна прогнозувати інтенсифікацію індустріального туризму. Вона буде проявлятися в збільшенні туристичних потоків, залученні нових галузей промисловості, та, відповідно, нових підприємств, а також розширенні територій, охоплених індустріально-туристичними потоками.

1. Индустриальный туризм и городские исследования //ru.wikipedia.org. 2. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – СПб.: „Издательский дом Герда”, 2004. – 320с. 3. Открытие пива //Дайджесты прессы. Союз российских пивоваров. – <http://www.turpost.ru>. – 24.01.2006. 4. Совмещение несовместимого http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html 5. Туризм в России // www.melodytour.ru 6. Холловой Дж.К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. изд. – К.: Знания, 2007. – С.267 – 268. 7. Чумаков В. Сборочный цех впечатлений // Вокруг света. – 2007. - №11. – С. 116 – 126. 7.

УДК 796.5 (100)

Пестушко В.Ю.

КОН'ЮНКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Стаття присвячена дослідженню стану сучасного світового ринку туристичних послуг. За новітніми статистичними матеріалами виконано ґрунтовний аналіз поточної ситуації, визначено характер змін у кон'юктурі світового туристичного ринку. Виявлено основні тенденції розвитку кон'юнктури, що спостерігаються внаслідок глобальної економічної кризи. Вказано основні регіони та країни, які зазнали найбільших збитків, визначено місце України на світовому туристичному ринку. Показано можливі перспективи подальшого розвитку світового ринку міжнародного туризму.

The article is devoted to the study of the state of the modern global tourism services market. The substantial analysis of the current situation is made according to the newest statistics data; the character of changes in the state of the global tourism market is defined. The main trends of state's development are revealed as the result of global economic crisis. The main regions and countries suffered the greatest losses are indicated, the place of Ukraine at the world tourism market is determined. The feasible prospects of further development for the global international tourism market are showed.

Постановка проблеми. Як відомо, кон'юнктура ринку туристичних послуг не формується ізольовано. Вона є складовою загальної економічної ситуації і значною мірою визначається нею. З огляду на це, варто зазначити, що за визнанням ООН, світова економіка нині зазнає найважчої з часів Другої світової війни фінансово-економічної кризи. Про це яскраво свідчить статистика.

До кризи, в період 2004-2007 рр. темпи зростання валового світового продукту (ВСП) складали 3,8 % щорічно. У 2008 р. ВСП зріс тільки на 2,1%, а у наступному 2009 р., за прогнозами, відбудеться зменшення ВСП на 2,6 %. І хоча у 2010 р. можна очікувати деякого приросту ВСП (за оптимістичним сценарієм максимум на 2,3%), ризик подальшого погіршення ситуації зберігається. [4].

У 2009 р. передбачається скорочення показників доходу на душу населення у світі на 3,7 %. І хоча криза розпочалась у розвинених країнах, і