

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**ТЕМА: «Ревіталізація туристичних об'єктів в межах проведення
індустріальних екскурсій в Україні»**

Здобувачки Єланської К.В.
(прізвище та ініціали)

2 курсу Тм – 611 групи

Керівник/ки д.е.н., проф. Саркіян Г.О.
(посада, прізвище та ініціали)

к.т.н. доцент . Трішин Ф.А.
(посада, прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 22.11.2022 р., протокол № 5.

Завідувач кафедри ТБтаР _____ Наталя ДОБРЯНСЬКА
(підпис)

Одеса - 2022 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет технології вина та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____

« _____ » _____ р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА**

Сланська Катерина Вікторівна

1. Тема роботи: «Ревіталізація туристичних об'єктів в межах проведення індустріальних екскурсій в Україні»

Затверджена наказом ОНТУ від 15.08.2022 наказ № 459-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 15.12.2022

3. Вихідні дані роботи

Статистичні дані, сайти, підручники, монографії та наукові статі, Закон України.

4. Перелік питань, які потрібно розробити

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження розвитку індустріального туризму.

РОЗДІЛ 2. Комплексний аналіз потенціалу ревіталізації об'єктів Дніпропетровської області для розвитку туризму

РОЗДІЛ 3. Розробка індустріальної екскурсії в межах ревіталізації туристичних об'єктів дніпропетровської област

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначення обов'язкових креслень)

Презентація до кваліфікаційної роботи (18 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1-3	Ганна САРКІСЯН	15.08.2022	15.12.2022

7. Дата видачі завдання 15.08.2022

Керівник/ки д.е.н., проф. Саркісян Г.О.к.е.н. доц. Трішин Ф.А.

Завдання прийняв/ла до виконання _____ Єланська К.В.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Отримання теми для дипломної роботи	15.08.2022
2.	Затвердження плану дипломної роботи	01.09.2022
3.	Складання бібліографії	20.09.2022
4.	Збір наукової інформації	20.09.2022
5.	Розділ 1	21.10.2022
6.	Розділ 2.	16.11.2022
7.	Розділ 3.	16.12.2022
8.	Здача закінченої дипломної роботи	16.12.2022
9.	Розробка презентації	19.12.2022

Здобувача/ки _____ Єланська К.В.

підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Керівник/ки д.е.н., проф. Саркісян Г.О.

підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

к.т.н. доц. Трішин Ф.А.

підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Єланська К.В.

підпис

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу магістра

Робота містить 121 сторінку, 5 таблиць, 28 рисунків, список літератури з 62 найменувань, 4 додатки.

Метою виконання роботи є проаналізувати особливості, поширення, проблеми та перспективи ревіталізації туристичних об'єктів в межах проведення індустріальних екскурсій.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступають промислові об'єкти Дніпропетровської області як об'єкти туристичної інфраструктури.

Завданням роботи передбачено дослідити особливості індустріального туризму; дослідити етапи розвитку індустріального туризму; дослідити застосування реавіталізаційних об'єктів в розробку індустріальних екскурсій проаналізувати туристичний потенціал Дніпропетровської області; проаналізувати потенціал області для розвитку індустріального туризму; проаналізувати потенційні об'єкти ревіталізації для розвитку індустріальних екскурсій; проаналізувати міжнародний досвід проведення індустріальних екскурсій; розробити індустріальний екскурсійний продукт з використанням ревіталізаційних туристичних об'єктів Дніпропетровської області; надати економічне обґрунтування впровадження екскурсійного індустріального маршруту.

За результатами виконаної роботи сформульовані загальні висновки.

Одержані результати можуть бути використані розробці і просуванні індустріальних екскурсій Дніпропетровської області.

Рік захисту роботи 2022.

THE SUMMARY

for a master's degree

The purpose of the work is to analyze the features, distribution, problems and prospects of revitalization of tourist objects in the framework of industrial tours.

The object of analysis, generalizations and research are the industrial objects of the dnipro region as objects of tourist infrastructure.

Our goal is to investigate the features of industrial tourism; study the stages of development of industrial tourism; study the application of revitalization objects in the development of industrial tours; analyze the tourist potential of the dnipro region; analyze the potential of the region to develop industrial tourism; analyze potential objects of revitalization for development of industrial tours; analyze international experience of industrial tours; develop industrial tours.

Conclusions are made based on the research results.

The yielded results can be used for the development and promotion of industrial excursions in the dnipro region.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1.	
Теоретичні основи дослідження розвитку індустріального туризму	
1.1 Особливості індустріального туризму.....	11
1.2 Етапи розвитку індустріального туризму.....	18
1.3 Застосування ревіталізаційних об'єктів в розробці індустріальних екскурсій.....	24
РОЗДІЛ 2	
Комплексний аналіз потенціалу ревіталізації об'єктів дніпропетровської області для розвитку туризму	
2.1 Туристичний потенціал Дніпропетровської області.....	33
2.2 Потенціал області для розвитку індустріального туризму.....	42
2.3 Потенційні об'єкти ревіталізації для розвитку індустріальних екскурсій.....	55
РОЗДІЛ 3.	
Розробка індустріальної екскурсії в межах ревіталізації туристичних об'єктів дніпропетровської області	
3.1. Міжнародний досвід проведення індустріальних екскурсій.....	61
3.2. Розробка індустріального екскурсійного продукту з використанням ревіталізаційних туристичних об'єктів Дніпропетровської області.....	71
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми магістерської роботи. На етапі розвитку суспільства дедалі більшої популярності набувають спеціалізовані види туризму, під час яких турист як відпочиває, а й отримує нові знання, знайомиться з «таємними» сторонами громадського функціонування, однією з таких видів є індустріальний туризм.

Становлення сучасного туристичного ринку в Україні вимагає наукового підходу до розв'язання проблем туризму і в тому числі до виявлення та розвитку всіх потенційно привабливих видів туризму, зокрема індустріального туризму. Розвиток індустріального туризму можливий за рахунок того, що Україна володіє значним ресурсним потенціалом, раціональне використання якого може забезпечити не тільки повне задоволення пізнавально-оздоровчо-спортивних потреб вітчизняних і іноземних туристів, а й відіграти значну економічну роль для держави, а особливо для її південно-східних регіонів, які є промисловим осередком України.

Сучасного туриста цікавлять такі види відпочинку, які можна поєднувати з пізнавальними цілями. Таким видом альтернативного туризму є індустріальний туризм, оскільки він має всі можливості бути одним із найбільш затребуваних напрямів туристами України.

В останні роки індустріальний туризм займає все більший сегмент ринку туристичних послуг в Україні. Про це свідчить зростаюча кількість туристичних продуктів та обсягів відвідувань функціонуючих та історичних об'єктів даного виду туризму.

Перспективність розвитку цього напрямку туристичної діяльності обумовлюється наявністю великої кількості промислових об'єктів майже у всіх областях України, зокрема і в Дніпрі. Разом з іншими видами туризму індустріальний туризм користується попитом серед туристів. Він приносить вигоду не тільки туроператорам, але й підприємствам, на яких проводяться

екскурсії. Це означає, що поряд із розвитком індустріального туризму розвивається і регіон, на території якого розташовані туристичні об'єкти. Стає актуальною проблема визначення ступеня сформованості ринку послуг індустріального туризму в Україні.

Ревіталізація туристичних об'єктів в межах проведення індустріальних екскурсій дозволить диверсифікувати туристичну діяльність, економічно оздоровити промислові підприємства. Даний вид туризму покликаний забезпечити підвищення рівня обізнаності населення про економіку виробничого сектора як на попередніх етапах розвитку, так і в сучасних умовах впровадження інноваційних процесів. На основі комплексного підходу до вивчення феномену індустріального туризму виявлено актуальні проблеми та науково обґрунтовано пропозиції щодо подальшого його розвитку. На розв'язання цього завдання і націлена магістерська робота.

Мета дослідження - проаналізувати особливості, поширення, проблеми та перспективи ревіталізації туристичних об'єктів в межах проведення індустріальних екскурсій.

Метою роботи визначаються її **завдання**, головними серед яких є:

- дослідити особливості індустріального туризму;
- дослідити етапи розвитку індустріального туризму;
- дослідити застосування ревіталізаційних об'єктів в розробку індустріальних екскурсій;
- проаналізувати туристичний потенціал Дніпропетровської області;
- проаналізувати потенціал області для розвитку індустріального туризму;
- проаналізувати потенційні об'єкти ревіталізації для розвитку індустріальних екскурсій;
- проаналізувати міжнародний досвід проведення індустріальних екскурсій;
- розробити індустріальний екскурсійний продукт з використанням ревіталізаційних туристичних об'єктів Дніпропетровської області;

- надати економічне обґрунтування впровадження екскурсійного індустріального маршруту.

Об'єктом дослідження є промислові об'єкти Дніпропетровської області як об'єкти туристичної інфраструктури. **Предметом дослідження** є особливості розвитку та географія індустріального туризму в Дніпропетровській області.

Методи дослідження. Під час написання магістерської роботи були використані такі методи наукового дослідження: аналогій, класифікації, порівняльно-аналітичний, узагальнення, статистичний аналіз, SWOT-аналіз.

Інформаційна база дослідження. Матеріал щодо об'єктів індустріального туризму брався на сайтах підприємств, зі статей, використовувалися Internet ресурси. На жаль, статистична інформація щодо індустріального туризму на офіційних сайтах відділів статистики, департаменту туризму майже відсутні.

РОЗДІЛ 1

Теоретичні основи дослідження розвитку індустріального туризму

1.1 Особливості індустріального туризму

У вітчизняній літературі індустріальний туризм часто ототожнюється з терміном «діловий туризм», що означає здійснення подорожей з діловою метою. Але зарубіжні автори розглядають це поняття індустріального туризму набагато ширше. Так, деякі дослідники вважають, що під час індустріального туризму вони проводять екскурсії діючих компаній і дають туристам можливість стати безпосередніми учасниками виробничого процесу.

Інші автори вважають, що індустріальний туризм – це організація відвідування об'єктів промислової спадщини, тобто підприємств, які не працюють, і які пристосовані для екскурсій туристів та музейних компаній. І невелика кількість дослідників припускає, що поняття індустріального туризму включає обидва ці варіанти, тобто що це відвідування як операційних компаній, так і тих, які призупинили виробничий процес і стали лише туристичними об'єктами.

Для з'ясування значення терміна «індустріальний туризм» розглянемо різні погляди вчених. У 70-х роках ХХ ст. науковець Д. МакКенел (представник американської школи) провів загальнонауковий аналіз туристичних потоків. Вчений зазначає, що індустріальний туризм – це відвідування туристами об'єктів, які демонструють особливий вид знань про минуле, сьогодення чи майбутнє в цілому [1]. МакКенел також запропонував три категорії об'єктів індустріального туризму:

- туризм об'єктами промислової спадщини;
- «відвідини компаній, виробнича реклама»;

- науковий туризм.

М. Мітчелл і Р. Орвіг характеризують цей туризм як ефективний інструмент реклами, просування товарів чи послуг та створення бренду організації [2]. Це означає, що компанії можуть використовувати індустріальний туризм для побудови стійких стосунків з місцевими спільнотами, в яких вони працюють, і сприяти розвитку регіону, міста та бренду.

Концептуальне визначення «індустріальний туризм» запропонував учений Е. Фрю. Це визначення базувалося на системному підході і трактувало індустріальний туризм як форму туризму, яка характеризує переміщення людей (туристів) для відвідування, огляду діючих підприємств різних галузей та ознайомлення з виробничими процесами, виробничою діяльністю, з одного боку, і є джерелом доходів і зайнятості регіону, сприяє розвитку його економічних показників або економіки країни, з іншого боку [3]. У цьому визначенні Е. Фрай наголошує на соціально-економічному домінуванні.

Т. Казакова вважає відвідування існуючих компаній невід'ємною складовою індустріального туризму і вважає його підвидом техногенного туризму [4].

Поняття «індустріальний туризм» В. Пацюк використовує як вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах країни, який спрямований на вивчення промислових ландшафтів, ознайомлення з архітектурними пам'ятками промислових будівель, відвідування функціональних промислових підприємств, щоб потрапити до знати пізнавальні, навчальні, професійні та ділові інтереси [5].

О. Чередниченко трактує індустріальний туризм як вивчення територій, будівель та інженерних об'єктів індустріального (не цивільного) чи спеціального призначення, а також усіх занедбаних об'єктів з метою досягнення психолого-естетичного задоволення чи задоволення дослідницького інтересу, захоплення. [6].

Отже, В. Пацюк [5], О. Чередниченко [6], Т. Казакова [4] наголошують на визначенні мети подорожі, її туристичних цінностей, які дозволяють реалізувати мету туристичної подорожі.

За інтерпретацією В. Данильчука, індустриальний туризм - це туристична діяльність, яка передбачає відвідування промислових об'єктів і при належному ставленні до неї приносить економічний дохід, формує імідж компанії та підвищує престиж регіону, в якому розташовані підприємства [7].

Систематизуємо ставлення науковців щодо тлумачення терміну «індустриальний туризм» – таблиця 1.1.

Таким чином, поняття «індустриальний туризм» у трактуванні вчених відображає багато аспектів. Ми розглядаємо індустриальний туризм і як явище економічного характеру, і як особливий рух людей, і як форму розваги та відпочинку, і як засіб ознайомлення з культурно-історичною та промисловою спадщиною країни.

Екскурсію на підприємство розглядаємо як організоване відвідування групою туристів індустриального підприємства з пізнавальною метою. За тривалістю одноразова екскурсія на підприємство займає від однієї до півтори години. Частіше така екскурсія закінчується в тематичному чи сувенірному кафе, магазині, де туристи мають змогу скоштувати, придбати або замовити продукцію даного підприємства. Прикладами таких одноразових екскурсій на підприємство можуть бути екскурсії на фабрики та заводи.

Таблиця 1.1

Класифікація підходів до сутності поняття «індустріальний туризм» [8]

Автор	Визначення
Е. Фрю	одна з форм туризму, що характеризує переміщення людей для відвідування, розуміння функціонування промислових підприємств і знання виробничих процесів.
Д. МакКенел	відвідування закладів, які демонструють особливий вид знань про минуле, сьогодення чи майбутнє загалом.
Д. Соєз	вид туризму, який відтворює різні аспекти конкретних ландшафтних потенціалів, просторової поведінки та дій, і виконує важливі функції для економічного відродження старих промислових районів.
В. Данильчук [10]	вид туристичної діяльності, пов'язаний з відвідуванням промислових об'єктів, приносить економічні вигоди і підвищує престиж регіону.
М. Крачило	особливий вид туризму, пов'язаний з об'їздом територій, де збереглося місцеве населення, деякі народні промисли/
В. Пацюк	вид активного туризму, зосередженого в промислових зонах, який спрямований на вивчення промислових ландшафтів, з метою досягнення пізнавальних, професійних, бізнес-цілей.
Л. Докашенко, С. Полянина	організовані відвідування існуючих компаній з метою задоволення пізнавальних, професійних та ділових та інших потреб

На основі вивчених джерел наведемо класифікацію індустріального туризму за наступними ознаками: за кількістю одноразово відвідуваних об'єктів туристами і за складом групи екскурсантів - рис. 1.1.



Рис.1.1. Види індустріального туризму за кількістю одноразово відвідуваних підприємств

За кількістю одноразово відвідуваних об'єктів екскурсантами індустріальний туризм ділиться на разові екскурсії на підприємство і тематичні тури.

Таким чином, поняття «індустріальний туризм» у трактуванні вчених відображає багато аспектів. Ми розглядаємо індустріальний туризм і як явище економічного характеру, і як особливий рух людей, і як форму розваги та відпочинку, і як засіб ознайомлення з культурно-історичною та промисловою спадщиною країни.

Тематичним туром вважається екскурсія з відвідуванням кількох компаній одного профілю, групові поїздки організуються з відвідуванням більше двох підприємств одного регіону, виробничий процес яких становить інтерес у рамках тематики екскурсії. Тривалість тематичних турів промисловими підприємствами – 2 дні. Відповідно, програма таких турів включає не тільки екскурсії на виробництво, а й послуги з трансферу, проживання та харчування, крім того, в програму туру зазвичай входять

екскурсії містом та інші культурно-розважальні заходи. Прикладом тематичних турів є гастротури (виробництво солодоців, пива, сиру тощо).

За складом груп екскурсантів індустріальний туризм можна класифікувати на екскурсії для школярів, екскурсії для змішаних груп, екскурсії для професіоналів (рис.1.2).

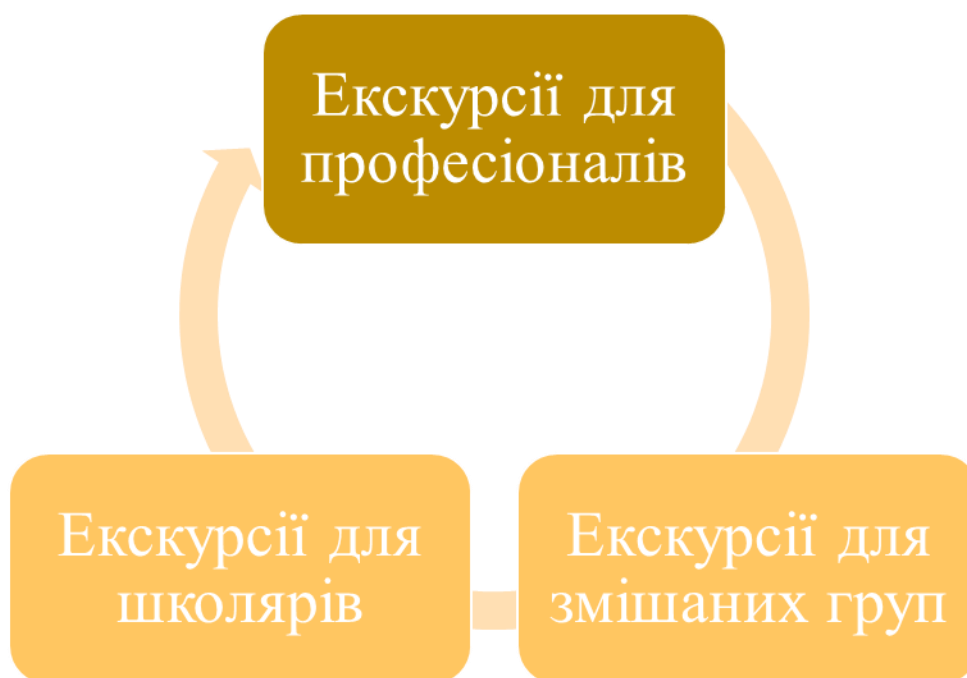


Рис.1.2. Види індустріального туризму за складом групи екскурсантів

За формою організації тури поділяються на індивідуальні та комплексні. Індивідуальний тур дозволяє подорожувати відповідно до побажань і вимог конкретного туриста. Комплексний тур розроблений туристичним агентством і включає в себе набір заздалегідь оформлених туристичних послуг, вартість яких оплачується туристом у повному обсязі.

Складовими елементами туру є маршрут, програма туру та комплекс послуг для забезпечення повноцінного життя туристів, у рамках яких якість та мета подорожі досягаються на високому рівні. Маршрут і програма туру передбачають мету поїздки, а заходи щодо забезпечення існування туристів під час подорожі - безпеку та комфорт без відхилення від досягнення цієї мети.

Промислові екскурсії класифікуються як:



Рис.1.3. Класифікація індустріальних екскурсій

Під час виробничо-історичної подорожі отримують знання з історії підприємства, з біографій значущих особистостей, здобутків фабрики, окремого транспортного вузла, сільськогосподарського чи іншого підприємства, наукової установи. На виробничо-господарських екскурсіях обговорюються питання технології виробництва, цін та оцінки якості продукції, питання наукової організації роботи. Виробничо-технічні екскурсії передбачають демонстрацію та демонстрацію технологічного процесу, роботи окремих цехів, дільниць і працівників. Кожен магазин або частина підприємства є змістовним об'єктом індустріального туризму, найвигіднішим способом реклами, ціна якого мінімальна, а у туристів багато вражень.

В окрему особливу підгрупу промислових екскурсій виділяють ті, які мають на меті професійну орієнтацію підлітків та молоді, надання допомоги учням освітніх закладів у виборі ними своєї майбутньої професії.

Профорієнтаційні екскурсії спрямовані на детальне ознайомлення екскурсантів з різними професіями. [9].

Екскурсії природознавчі включають географічні, природні, археологічні, геологічні, гідрологічні, ботанічні екскурсії, екскурсії до унікальних пам'яток, тематичні екскурсії.

До основних видів індустріального туризму належать такі види (рис.1.4):



Рис.1.4. Види індустріального туризму

Отже, індустріальний туризм - це вид туризму, метою якого є об'їзд існуючих (або тих, що раніше працювали) промислових підприємств чи виробничих об'єктів з метою задоволення навчальних, пізнавальних та інших інтересів; це ефективна реклама існуючих вітчизняних компаній, яка не потребує вкладень, та ефективний спосіб отримання додаткового доходу за рахунок підвищення попиту на туристичні послуги туристів в Україні.

Враховуючи велику кількість промислових об'єктів, розташованих в Україні, доцільно вивчати об'єкти індустріального туризму та розробляти методику вивчення індустріального туризму.

1.2 Етапи розвитку індустріального туризму

Одним із перших дослідників, які дали поняття індустріальному туризму, став у 1974 році Саймонсон. Він визначив індустріальний туризм як «відвідування виробничого об'єкта», який «може включати освітні тури по об'єкту, проби продукту та можливу купівлю продукту або сувенірів». [10]

Велику роботу провела доктор економічних наук Мельбрунського університету Елспет Енн Фрю, яка в 2000 році написала докторську дисертацію на тему індустріального туризму. Фрю визначає індустріальний туризм як «відвідування туристами робочих місць, де основна діяльність об'єкта орієнтована не на туризм». Дане визначення відповідає традиції в англосаксонській літературі проводити різницю між індустріальним та промисловим туризмом. Стівенс також визначив індустріальний туризм як відвідування фірм, що діють, а не галузей минулого. Індустріальний туризм, на думку Фрю, охоплює усі галузі економіки можуть відчинити свої двері для індустріальних туристів.

Не тільки виробничі потужності (як було запропоновано Саймонсом у 1974), а й постачальники послуг, наприклад, логістичні фірми, аналітичні центри є потенційними місцями для індустріального туризму. Згідно з визначенням дослідниці, місця для індустріального туризму можна знайти лише у компанії, основною сферою діяльності яких є виробництво товарів та послуг. Фірми та об'єкти, орієнтовані на туризм, не входять у поняття індустріального туризму. Основну характеристику атракцій для індустріального туризму автор бачить у їх можливості завжди повернутися до основного виду діяльності з отриманням прибутку не від туристської галузі. [11]

Щоб подивитися на поняття індустріального туризму з іншого боку, розглянемо визначення, яке сформулював німецький географ Дітріх Соезом. У 1986-1993 роках Соез визначив індустріальний туризм (Industrietourismus

німецькою мовою) як візити до діючих та недіючих фірм: «рух, викликаний зверненням колишніх чи діючих підприємств до зовнішніх відвідувачів». На противагу Фрю, яка виключає промислову спадщину з концепції індустріального туризму, Соез, навпаки, включає «колишні промислові системи» у своє визначення. Більше того, його визначення включає об'єкти споживчого туризму, такі як парки брендів, корпоративні музеї, на відміну від Фрю, яка проводила чітку різницю між промисловим туризмом і споживчим туризмом. Цей підхід також передбачає, що індустрія туризму може відчинити свої двері для промислових відвідувачів. Коли ви відвідуєте зоопарк, щоб побачити тварин, ви звичайний турист. Але якщо ви відвідуєте зоопарк, щоб дізнатися більше про те, як він працює, ви стаєте промисловим туристом. [12]

На першій європейській конференції з індустріального туризму в Анжі в 2006 році французький вчений Жан-Рене Моріс представив свій погляд на індустріальний туризм, який він виділив в одну з трьох груп економічних відкриттів (*découvertes économiques* французькою мовою). Економічні відкриття, на думку дослідника, складаються із трьох груп:

1) *Le tourisme de visite d'entreprise* (туристські відвідування компаній – «індустріальний туризм»); передбачає відвідування виробничих майданчиків компаній у всіх секторах економіки.

2) *Le tourisme de patrimoine industriel* (індустріальний туризм); включає об'єкти культурної спадщини та музеї, де туристи можуть дізнатися про економічну діяльність у минулому.

3) *Le tourisme scientifique* (науковий туризм); стосується музеїв, культурних центрів, наукових центрів тощо, де відвідувачі можуть дізнатися про науку.

Першу групу (туристські відвідування компаній) можна далі поділити на три підкатегорії:

1) Відчинені двері. Підприємства, що відкривають свої майданчики без зміни виробничих процесів. Це стосується фірм, які відкривають свої двері у

«дні відкритих дверей, тижні без турнікетів». Ці компанії просто показують, як вони працюють.

2) Комунікаційні центри. Компанії, які продублювали свої виробничі підрозділи у спеціально спроектованих туристичних центрах. Екскурсантів найчастіше супроводжують професійні гіді. Відвідування компанії розглядаються як спілкування між зацікавленою аудиторією і фірмою.

3) Комерційні одиниці. Підприємства, що розглядають відвідування як комерційну діяльність. Для отримання прибутку вони відкривають магазини чи інші комерційні об'єкти поруч із виробничим майданчиком. [13]

Голландський дослідник Олександр Отгаар у монографії «Індустріальний туризм: де публіка зустрічається з приватним», проаналізувавши всебічні підходи до питання індустріального туризму, наводить таке визначення: «Індустріальний туризм включає відвідування атракцій, які дозволяють відвідувачам дізнатися про економічну діяльність у минулому, теперішньому та майбутньому». Під індустріальними туристами Отгаар має на увазі відвідувачів, метою яких є отримання знань про економічну діяльність підприємства, тобто в цю групу можна включити відвідування фірм з освітніми, пізнавальними, профорієнтаційними цілями.

Іншою важливою умовою є те, що відвідувачам не платять компанії, які вони відвідують (за аналогією до визначення туриста). При даному підході, можливо, буде важко відрізнити промислових туристів від ділових мандрівників, адже бізнес та освіта (наприклад, вивчення економічної діяльності в регіоні) часто йдуть пліч-о-пліч. [14].

Туризм є динамічним процесом, орієнтованим на споживача, який має історію розвитку в цілому та окремих напрямків. Туризм має бути джерелом доходу регіону, джерелом процвітання, що спонукає до пошуку нових рішень і напрямків у галузі. Індустріальний туризм як один із напрямів туристичної економіки не потребує значних витрат на його організацію, а ефективність індустріального туризму може бути вищою за інші види.

Індустріальний туризм як вид відпочинку почав формуватися на ранніх етапах людської діяльності. Проте лише з XIX століття можна говорити про розвиток індустріального туризму в сучасному розумінні.

Формування ринку промислових туристичних послуг в Україні почалося в середині 1990-х років. Першими об'єктами туризму в Україні були соляні копальні в Соледарі та Артемівський завод шампанських вин [14].

В. Сорочан у статті «Етапи розвитку індустріального туризму в Україні» виділяє п'ять етапів у розвитку індустріального туризму:

I етап – пізнавальний (друга половина XVIII ст. – перша половина XIX ст.);

II етап – дослідний (від середини до кінця XIX ст.)

III етап – організаційний етап (90-і роки XIX ст. – 1930 роки XX ст.)

IV етап – радянський (середина-кінець XX ст.).

V етап – сучасний (початок XIX ст. – теперішній час). [15].

Підводячи підсумок, дослідник зазначає, що розвитку індустріального туризму в Україні сприяло:

- навчально-виховний процес у навчальних закладах – робота вчителів була спрямована на пошук нових методів і прийомів навчання, одна з яких орієнтована не лише на споглядання та розваги. цінності регіону з точки зору природних особливостей, наявності корисних копалин;

- розвиток продуктивних сил;

- розвиток промислової спадщини;

- покращення умов життя та діяльності населення;

- розширення мережі закладів професійно-технічної освіти - організовує екскурсії для учнів за спеціальностями (рис.1.5).



Рис.1.5. Причини розвитку індустриального туризму в Україні

В. Кіптенко досліджувала взаємозв'язок між виробничими відносинами та індустрією туризму. Автор помітила характерні особливості розвитку індустриального туризму:

- виникли організаційні структури управління туризмом;
- «почалося структурне розширення мережі туристичних маршрутів»;
- вирішення проблеми кадрового забезпечення туристичної галузі [1].

До середини ХХ століття туристичний ринок був дуже вузьким, тому ринок індустриального туризму був більше ринком рекреаційних послуг для місцевого населення, ніж ринком міжміського та міжнародного туризму.

Починаючи з середини ХХ століття в результаті індустриального буму почав формуватися реальний ринок індустриального туризму, але реальне економічне зростання в розвинених країнах почало виникати лише на початку 1990-х років.

З моменту виникнення ринку промислових туристичних послуг в Україні (з середини 1990-х років) кількість промислових туристичних

об'єктів постійно збільшується. На початку XIX ст. на український ринок промислових туристичних послуг було представлено 42 об'єкти, серед яких: потужні функціональні компанії різного профілю, система унікальних гірських ландшафтів, історико-культурні об'єкти індустріалізації [16].

Поступово з часом розвиток ринку туристичних послуг, у тому числі промислових, набрав позитивних обертів. За останні роки, не рахуючи останніх двох, ринок послуг індустріального туризму значно розширився.

Згідно з концепцією А. Олександрової, туристична галузь має ряд характеристик, які актуалізують застосування кластерного підходу в розвитку рекреації. Тому одним із наступних етапів розвитку індустріального туризму має стати створення промислових туристичних кластерів – об'єднань окремих промислових компаній, готельних комплексів, ресторанів та туристичних агентств для надання туристичних послуг населенню у сфері індустріального туризму [16].

Таким чином, індустріальний туризм зосереджений в промислових регіонах країни і повинен знайомити туристів з промисловими ландшафтами, витворами промислової архітектури, відвідувати працюючі виробництва для задоволення пізнавальних, професійних і ділових потреб та інтересів.

1.3 Застосування реавіталізаційних об'єктів в розробці індустріальних екскурсій

В Україні процес формування та організації індустріальних екскурсій знаходиться на початковій стадії розвитку та охоплює практично всі промислові регіони. Територія України має низку промислових ландшафтів та об'єктів індустріального туризму [17].

За останні роки ринок послуг індустріального туризму значно розширювався завдячуючи збільшенню кількості об'єктів індустріального туризму, доступних для туристів.

До початку пандемії 2019 року серед 814 туристичних об'єктів України налічувалося близько 140 об'єктів (що становить 17,5% всіх туристичних об'єктів), які виступають об'єктами індустріального туризму. За останні 7 років кількість об'єктів індустріального туризму не зросла через ситуацію на сході країни та карантинні умови пандемії 2019 року.

Не зважаючи на те, що проявляються тенденції в територіальній локалізації індустріальної спадщини, придатні до ревіталізації об'єкти розміщені по всій території України. Деякі з них вже були ревіталізовані та введені в експлуатацію в новому для себе векторі розвитку.

Систематизувавши інформацію про кращі зразки ревіталізації в нашій країні, проаналізуємо ревіталізовані індустріальні об'єкти.

Арт-завод «Платформа». Ревіталізований об'єкт: Дарницький шовковий комбінат, Київ (1947 р). Рік створення: 2013

Арт-завод «Платформа» є наймасштабнішим вітчизняним креативним кластером утвореним на місці промислового об'єкту. На площі 120 000 м² тут знаходяться:

- коворкінги;
- один з найбільших в Україні та єдиний на Лівому березі Києва мистецький простір «Akt»;
- пивний завод «2085 Brewery»;
- кав'ярня Fresh Black з ростерією та школою-бариста;
- гастро-локація «Вхід б» з dj-сетами по п'ятницях та суботах;
- автокінотеатр під відкритим небом Kinolife Cinema;
- виробничі приміщення та творчі майстерні.

Більшу половину території арт-заводу займає простір для проведення заходів і їхній перелік просто вражає. Тут проходили концерти Foals, Dj Tapolsky, M.O.P., Royal Blood, The 1975, Franz Ferdinand, Sepasa, Cape Code;

фестивалі пива, кави, тату, Comic Con, Gogolfest; святкування Масляної, Хеловіну, Нового року та інших визначних дат. Фірмові вечірки «Платформи» – «Білі ночі», перші в Україні фестивалі вуличної їжі та вінтажні барахолки «Кураж Базар» змушують тисячі людей з центру Києва приїхати на Лівий берег (рис.1.6) [19].



Рис.1.6. Ревіталізований об'єкт Арт-завод «Платформа»

Арт-центр Closer. Ревіталізований об'єкт: Льоноткацька фабрика, Київ (1934 р). Рік створення: 2013.

Територія фабрики складається з десятка промислових приміщень на Подолі – одному з найбільш креативних та тусовочних районів столиці. Зараз тут базуються:

- музична студія ШООМ;
- фотостудія Loft 31;
- арт-центр Closer з літнім майданчиком «Лесной причал»;
- шоуруми;
- вініловий магазин;
- тату-студія Euthanasia Sport;

- галерея Tsaptsarap;
- простір Mezzanine;
- клуб Otel;
- PostPlayТеатр;
- Кіномайстерня ЮГА;
- студія 20ft Radio;
- кафе Savage Food.

У першу чергу, арт-центр відомий завдяки вечіркам з електронною музикою та фестивалями «Brave Factory» і «Стрічка», де збираються діджеї і відвідувачі з усієї планети. У 2017 році Closer увійшов у ТОП-20 нічних клубів світу за версією видання Resident Advisor. А у 2020 британський The Guardian назвав його одним з найвідоміших у Східній Європі. Крім техно-вечірок, тут також проходять джазові вечори, концерти, лекції, кінопокази, майстер-класи. У військовий час Closer запустили серію благодійних фестивалів «На часі», щоб підтримати українське мистецтво [20].



Рис.1.7. Ревіталізований об'єкт Арт-центр Closer

UNIT.CITY. Ревіталізований об'єкт: Київський мотозавод, Київ (1945 р.). Рік створення: 2017

Unit.City – перший в Україні і найбільший в Східній Європі інноваційний парк площею близько 25 га (рис.1.8).



Рис.1.8. Ревіталізований об'єкт Unit.City

На його території знаходиться:

- 4 лабораторії;
- 3 бізнес-кампуси;
- коворкінг;
- 8 акселераторів;
- 3 інвестиційні фонди для підтримки та розвитку українських стартапів;
- кафе з морських контейнерів;
- ЖК «Unit.Home»;
- спортивний хаб «ЕБШ»;
- простір для проведення заходів;
- центр аудіо-терапії.

На 2021 рік резидентами Unit.City була понад сотня компаній. Щороку тут проводиться сотні івентів різного масштабу: пітчінги, хакатони, форуми

тощо. Центр є ініціатором низки освітніх програм, а віднедавна ще став партнером Американського університету в Києві.

Крім цієї трійки, у столиці ревіталізували радянський завод «Більшовик» – зараз там величезний торгово-розважальний центр, у приміщеннях заводу «Арсенал» тепер фудкорт і коворкінг, а скоро ще буде IT-школа та офіси; на території колишнього «Tetra Pak» постала крута гастролокація Garage. Список ще можна продовжувати [21].

!Fest Republic. Ревіталізований об'єкт: «Галичскло», Львів. Рік створення: 2016.



Рис.1.9. Ревіталізований об'єкт Fest Republic

Львівська !Fest Republic – це місто в місті площею 2 га, де знаходяться:

- офіс холдингу емоцій !Fest;
- пивоварня «Правда», продукцію якої п'ють у 10 країнах світу;
- резиденція «Видавництва Старого Лева»;
- швейні цехи бренду одягу «Авіація Галичини»;
- кавовий хаб !Fest Coffee Mission;
- кілька закладів мережі Lokal;
- коворкінг;
- дитячий садочок;

- івент-хол !FESTrepublic Club.

На території кластеру постійно проходять різноманітні заходи. Серед найвідоміших щорічні фестивалі Coffee, Books & Vintage та Craft Beer & Vinyl Music.

Львів не відстає від столиці за темпами ревіталізації. Серед успішних кейсів рекомендуємо ReZavod, Lem Station, KIVSH, Jam Factory Art Center [22].

«Промприлад.Реновація». Ревіталізований об'єкт: завод «Промприлад», Івано-Франківськ (1980-ті). Рік створення: 2017- донині.



Рис.1.10. «Промприлад.Реновація»

Інноваційний центр на базі старого заводу зараз знаходиться в активній фазі створення і залучення інвестицій. Передбачається, що в кінцевому результаті на площі 38 тис м² його резидентами стануть комерційні та соціальні ініціативи, спрямовані на розвиток нової економіки, урбаністики, сучасного мистецтва та неформальної освіти в регіоні. Уже зараз тут функціонують:

- коворкінг;

- творчі студії та майстерні;
- галерея;
- конференц - зал;
- пивоварня Molfar;
- кафе та бар;
- офіси;
- танцювальна школа;
- мультимедіа лабораторія;
- центр урбаністики Meta Lab;
- платформа соціальних ініціатив «Тепле місто»;
- центр робототехніки;
- експериментальний освітній центр «Дрібнота»;
- науково-дослідні лабораторії.

Промприлад є унікальним проектом, адже через вкладення у нього інвестори впливають на соціальний розвиток регіону та отримують повернення інвестицій у вигляді дивідендів. На час військового стану територія колишнього заводу стала місцем релокації багатьох бізнесів з різних куточків України. Також за участі його команди було створено єдиний Координаційний Центр «Save Ukraine Now» та Центр підтримки бізнесу «Save Business Now». А нещодавно на базі «Промприлад. Реновація» анонсували створення першого двоповерхового фудмаркету на заході України [23].

Арт-завод «Механіка. Інша земля» Ревіталізований об'єкт: паровозобудівний завод, Харків (1895 р.). Рік створення: 2016.

«Механіка» – одна з найпопулярніших локацій для концертів, фестивалів, змагань, ярмарок та корпоративних заходів у Харкові. Ще одним масштабним проектом по відродженню промислових об'єктів Харківщини є IT-хаб «Fabrica.space» на місці фабрики з сортування та зберігання селекційних сільськогосподарських культур.

Інші українські регіони також мають класні приклади перевтілень, наприклад, Urban CAD в Херсоні, «Синій краб» в Одесі, «Loft млин» в Запоріжжі. Ці проекти – архітектурні фенікси, які перетворюють сірі плями наших міст на активні та живі соціальні простори [24].

Вважаємо, що після закінчення війни на території України збільшиться попит на такий вид туризму, як індустриальний, що в свою чергу збільшить кількість нових реавіталізаційних об'єктів.

РОЗДІЛ 2

Комплексний аналіз потенціалу ревіталізації об'єктів дніпропетровської області для розвитку туризму

2.1. Туристичний потенціал Дніпропетровської області

Історично Дніпровщина є одним з найбільш промислово розвинених і економічно розвинених районів. Актуальним є питання розвитку туризму на його території оскільки в області є меморіали, що пов'язані з історією козацтва, археологічні, етнічні, історико-культурні та архітектурні пам'ятки, маршрути релігійної спрямованості. Крім того, присутні цінні геоботанічні об'єкти, що містять рідкісні, реліктові та зникаючі види рослин (рис.2.1).

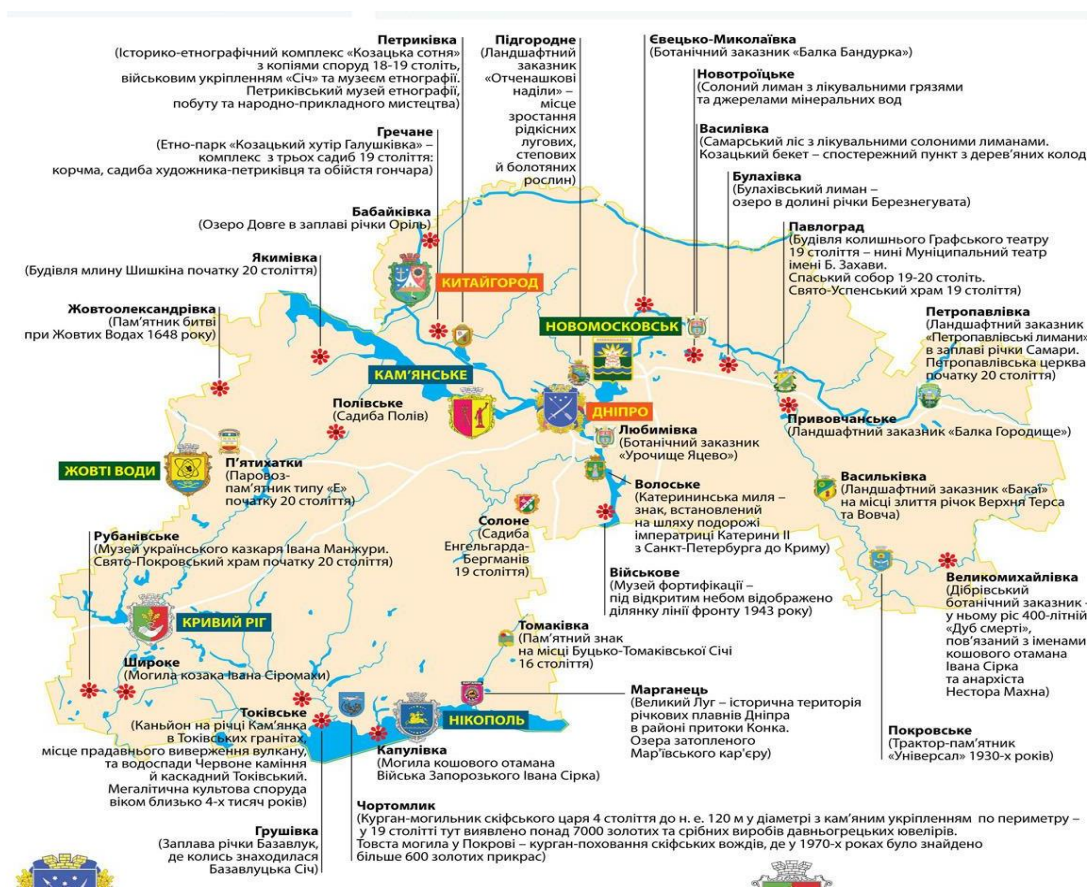


Рис.2.1. Туристична карта Дніпровщини

Туристично-рекреаційні ресурси Дніпропетровської області - це об'єкти, які використовуються або можуть бути використані для відпочинку, туризму, лікування, оздоровлення населення. Рекреаційні ресурси Дніпропетровської області вивчені в достатній мірі, але не систематично. Традиційно вважається, що річка Дніпро, з її величезними можливостями для круїзних перевезень, є найбільш важливим фактором (а також компонентом природного середовища) для розвитку та організації дозвілля в регіоні. Однак для регіону склалася картина не сприятливого з екологічної точки зору району, перевантаженого промисловими виробництвами і позбавленого будь-яких істотних, значущих туристичних визначних пам'яток [25, с. 11]. Цей образ глибоко помилковий.

Дніпропетровська область володіє значним потенціалом для розвитку туристичної галузі: вигідне географічне положення, сприятливі природно-кліматичні умови, історичні та культурні пам'ятки, традиції і щедру гостинність жителів. Оскільки територія є найбільшою за природно-ресурсним потенціалом України, на її території можна розвивати сучасну туристичну діяльність, а саме сільський (або зелений) туризм, екотуризм, ділові поїздки, спорт (велосипедний туризм, альпінізм, дайвінг), освітній туризм (туристичний відпочинок поєднується з навчанням), хобі-тури, індустріальний туризм тощо. Сприяє розвитку наукового та освітнього туризму в регіоні і значна кількість музеїв, театрів та інших закладів культури [26, с. 75]. На жаль, найчастіше нам доводиться говорити поки не про ступінь використання туристичних ресурсів регіону, а про перспективи їх використання.

Звичайно, Дніпровщині є що показати і є чим здивувати туристів. Однак має бути зроблено ще багато роботи, перш за все з організації території екскурсійних пунктів, приведення їх у належний стан, організації зручних доріг, ремонту та реставрації пам'яток архітектури, не кажучи вже про звичайні побутові потреби туристів [27, с. 5].

Нами було здійснено аналіз сукупного туристичного потенціалу Дніпропетровської області (див. Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Аналіз сукупного туристичного потенціалу Дніпропетровської області

Компоненти субпотенціалу	Кількісні та якісні показники об'єктів
Історико-культурний потенціал	
Пам'ятники історії, культури та архітектури регіонального та місцевого значення	Більше 750
Історично населені місця загальноукраїнського та місцевого значення	83
Театри / музеї	13 / більше100
Народні промисли і ремесла	більше 100
Туристично-ресурсний потенціал	
Пам'ятники природної спадщини (заказники / заповідники / природні парки)	близько 200
Родовища природних мінеральних вод / лікувальних грязей	15/4
Потенціал для задоволення потреб туристів	
Засоби розміщення (кількість номерів)	більше 10000
Організації курортного профілю	приблизно 30
Транспортна інфраструктура, у т. ч.:	1
міжнародний аеропорт залізничні вокзали у м. Дніпро	2
автовокзал у м. Дніпро	1
Туристичні фірми (на 100 тис. населення)	більше 10

Підприємства громадського харчування	близько 2000
Економічний потенціал	
Місце за обсягом виробленої продукції і розвитку малого підприємництва	у п'ятірці областей
Частка у формуванні ВВП України	більше 25%
Кількість країн-партнерів	більше 100
Екологічний потенціал	
Місце серед областей України за рівнем впливу на навколишнє середовище	майже в 1,5 рази перевищує показник по Україні, що обумовлено концентрацією в регіоні об'єктів важкої промисловості

Нині Дніпропетровська область для багатьох є великим промисловим центром всієї України, але він також пропонує безліч туристичних об'єктів. Наприклад, пам'ятки Катеринославщини вже давно привертають увагу як видатних письменників, художників, інших видатних особистостей, так і численних туристів. Крім історико–географічних (відвідування святинь, історичних пам'яток), гідрологічних і бальнеологічних (відпочинок у Солоному Лимані та Дніпровських водосховищах), геологічних (Волоські скелі), мінералогічних, геоботанічних та екологічних видів туризму, Дніпровський регіон може запропонувати потенційним туристам знайомство зі своїм промисловим комплексом, що є одним з найбільших в країні і унікальним за деякими параметрами [28].

Дніпровський регіон завдяки своєму вигідному географічному положенню є не тільки великим промисловим і торговим мегаполісом, а й має статус ділового центру України. Він відомий своїми науковими технологіями, особливо в галузі ракетобудування.

Враховуючи все це, розвиток туристичної інфраструктури має особливе значення для цього регіону. Дніпропетровська область володіє досить великим туристичним і рекреаційним потенціалом:

- ✓ природні особливості території, що лежить на кордоні змішаних лісів і степових районів, і унікальні водні ресурси;
- ✓ культурно-історична спадщина;
- ✓ етнографічний і культурний потенціал (народне мистецтво і ремесла) [29, с. 59].

Особливий інтерес серед природних об'єктів регіону представляє таке унікальне явище, як «степовий водоспад»: недалеко від Нікополя. Річка Кам'янка в одному з лісів утворює 30–метровий водоспад, який особливо ефектний восени і навесні [25, с. 16].

Природні та туристичні об'єкти в регіоні успішно поєднуються з об'єктами історико-патріотичного та фольклорного туризму. Це, зокрема, скіфські кургани I-го тисячоліття до нашої ери, місця розташування запорізьких січей (5 з 8 січей знаходяться на нинішній території Дніпропетровської області), могила легендарного кошового отамана Івана Сірка у селі Капулівка, місця перемог Богдана Хмельницького у Визвольній війні, місця, в яких радянські війська форсували Дніпро під час Другої світової війни [30].

На туристичній карті Дніпропетровської області Петриківка відзначена як центр всесвітньо відомого декоративного живопису [31].

Також в області свій курорт – Солоний лиман, лікувальна грязь якого, за оцінками місцевих фахівців, за своїми лікувальними властивостями не поступається іншим лікувальним грязям країни [32, с. 10].



Рис.2.2. Лікувальні властивості Солоного Лиману

Серед міст регіону місто Дніпро займає перше місце за туристичною привабливістю. За підсумками минулорічного загальнонаціонального конкурсу Дніпро посів друге (після Києва) місце з благоустрою [33]. Це стало визнанням тих зусиль, які місцева влада і бізнес докладають для благоустрою обласного центру, в першу чергу його історичного центру.

В останні роки центральні квартали Дніпра значно підвищили свою привабливість, зокрема, серед досягнень можна назвати реалізацію влаштування художнього підсвічування найбільш помітних будинків центру міста. Понад двадцять будинків тепер мають систему художнього освітлення. Цікаво, що відповідні витрати лягають на плечі не місцевого бюджету, а на плечі власників і орендарів будівель. Характерною рисою сучасного Дніпра є постійне поповнення його путівників новими об'єктами, насамперед пам'ятниками. Не так давно був відкритий пам'ятник М. Полю (який брав участь в економічному і культурному розвитку міста в другій половині XIX століття) [33].

У Дніпропетровській області знаходиться 11,9 тис. нерухомих пам'яток, у тому числі 318 пам'яток архітектури, в основному XVIII–XX ст [34].

В регіоні розташовано 114 заповідників та об'єктів природокористування, у тому числі 15 заповідників державного значення та 33 об'єктів місцевого значення, 51 пам'яток природи, 8 парків, 3 заповідних урочищ (рис.2.3) [35, с. 11].

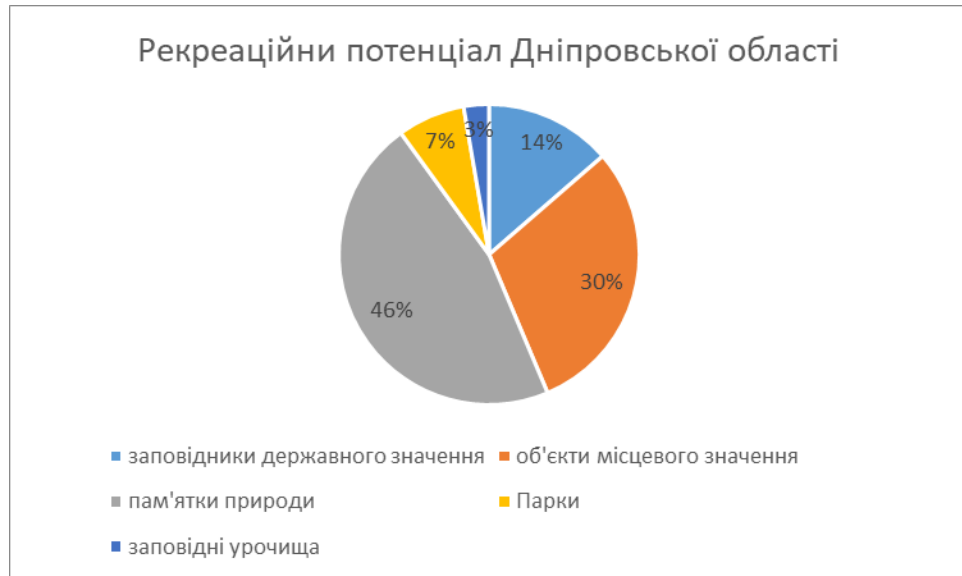


Рис.2.3. Туристичний потенціал Дніпропетровської області

У регіоні зареєстровано понад 240 туристичних організацій, близько 200 з яких працюють у сфері міжнародного туризму [36, с. 305].

Виходячи з цього, ми можемо зробити висновок, що Дніпропетровська область має великий потенціал і перспективи на майбутнє в сфері туризму, тому в регіоні слід здійснити ряд заходів для розвитку туристичної галузі:

- ✓ розвиток міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів, формування позитивного туристичного та санаторно-курортного іміджу Дніпровщини, в тому числі за допомогою презентацій на спеціалізованих туристичних регіональних і міжнародних виставках;
- ✓ складання кадастру природних територій і туристичних ресурсів, проведення їх економічної оцінки, опису та класифікації;
- ✓ розробка регіональної програми розвитку сільського та зеленого туризму;

- ✓ забезпечення підготовки інвестиційних паспортів для об'єктів відпочинку в регіоні, привабливих для іноземних та вітчизняних інвесторів;
- ✓ запровадження моніторингу курортних та рекреаційних зон та природних лікувальних ресурсів;
- ✓ розробка карт, схем, буклетів, путівників, створення єдиної інформаційної системи з повною базою даних санаторно-курортних, рекреаційних і туристичних послуг регіону
- ✓ створення навчального центру та позашкільних гуртків для розвитку активного етнографічного туризму
- ✓ розробка та обслуговування інтернет-сайту «Туристична Дніпровщина»;
- ✓ розробка туристичних та екскурсійних маршрутів у Дніпровській, Петриківській, Нікопольській, Апостолівській та Покровській зонах, як історично важливих та ландшафтно-рекреаційних об'єктах туризму в регіоні;
- ✓ розробка програми та науково-популярних відео «Дніпровщина туристична» та розміщення їх в Інтернеті;
- ✓ розвиток індустріального туризму на основі дослідження закордонного досвіду.

Зважаючи на це, можна з впевненістю говорити про те, що Дніпропетровська область володіє досить великим туристичним потенціалом, крім того, існують передумови для її розвитку: природні особливості регіону, який знаходиться на межі змішаних лісів і степових територій, унікальні водні ресурси; культурно–історична спадщина; етнографічний і культурний потенціал (народне мистецтво і ремесла). Туристична сфера в регіоні більш впевнено заявляє про те, наскільки вона дійсно конкурентоспроможна індустрія, що помітно сприяє економічному розвитку регіону і зростанню добробуту громадян.

Незважаючи на певний прогрес, існує ряд проблем у розвитку туристичної інфраструктури в регіоні. З нашої точки зору, можна виділити ряд факторів, що перешкоджають розвитку туризму в регіоні: невідповідність правової бази міжнародному праву, обмежена привабливість сектора туризму і відпочинку, недостатнє фінансування з державного бюджету, невідповідність переважної більшості об'єктів туризму міжнародним стандартам.

Дніпропетровська область ніколи не могла похвалитися увагою туристів, особливо іноземців. Водночас увага до регіону постійно зростає. Роль Дніпра як науково-технічного центру і космічної столиці держави є потужним «привабливим» фактором для українських та іноземних туристів. Відносно високі темпи соціально-економічного розвитку області і перш за все обласного центру сприяють активізації міжнародних контактів і, як наслідок, призводять до збільшення припливу «ділових туристів» – бізнесменів і чиновників, перш за все з Європи. І тут на перше місце виходить проблема дефіцитної туристичної інфраструктури, а поряд з цим – високі ціни на туристичні послуги гідного рівня.

Після вирішення цих проблем Дніпропетровська область може не тільки конкурувати з іншими регіонами України, а й конкурувати на міжнародному рівні.

Таким чином, Дніпропетровська область має відмінні можливості для надання практично всіх видів туризму відповідно до географічних і якісних характеристик. Це стосується як іноземного, так і міжрегіонального та місцевого туризму, який може мати «класичний» характер екскурсійно-ознайомчих турів, а може бути власне рекреаційним, лікувально-оздоровчим, спортивним (зокрема, водноспортивним), краєзнавчим, зеленим (відпочинок/праця у сільських садибах), мисливським або рибальським і навіть екстремальним (військовим). Все це (за винятком військового туризму) пропонується місцевими туристичними компаніями.

Але і зелений, і мисливсько-рибальський й значною мірою індустріальний туризм є екзотикою для місцевого споживача. Причини цього полягають в тому, що,

- по-перше, споживач просто не має звички користуватися нетрадиційними туристичними послугами.

- по-друге, рівень платоспроможності більшості населення регіону не дає можливості скористатися послугами туристичних компаній, і платоспроможний клієнт вважає за краще провести відпустку в Карпатах або Закарпатті.

2.2. Потенціал області для розвитку індустріального туризму

Дніпропетровська область має багате промислове минуле, однак досить складному становищі знаходиться безліч пам'яток науки і техніки - об'єктів, які, використовуючи прийнятий сьогодні в західноамериканській культурі термін, відносяться до категорії «індустріальна спадщина». Хоча останні не вичерпуються пам'ятками науки і техніки, але саме вони складають левову їх частку. Історія матеріальної культури Придністров'я XVIII–XX століть в значній мірі є історією гірничодобувної промисловості, металургії, металообробки, в більш пізній період також машинобудування. Це обумовлює як характер пам'яток індустріальної культури регіону, так і характер проблем, пов'язаних з їх збереженням і використанням, а також пропагуванням в якості об'єктів туризму [35, с88]. Однак тут не тільки пам'ятками промислової (промислової) спадщини, а й великою кількістю сучасних промислових виробництв відома Дніпровщина [37]. Тому логічно оцінити можливості використання цього потенціалу в тому числі для розвитку в регіоні певного виду туризму – індустріального, досвід розвитку якого в світі вже є у багатьох країн.

Взагалі, індустріальний туризм є поширеним напрямом для міст Західної Європи та Америки. Особливо він розвинений у мономістах, які мають обмежений вибір історико-культурних пам'яток. Об'єктом туристичного інтересу у цих містах стали підприємства, які мають відомі бренди, потенціалом історико-індустріальної спадщини, а також сучасну наукомістку технологію виробництва продуктів. Паломництво туристів на промислові підприємства у зарубіжних країнах почало активно розвиватися у 20-х роках ХХ ст., що було пов'язано з розвитком промисловості та інтересом до способу виробництва різних продуктів. Нині індустріальний туризм продовжує розвивається не лише у мономістах, а й у мегаполісах [38, с. 92].

Для Дніпровщини перспективи розвитку індустріальних турів на діючі підприємства мають важливе значення. Такі проєкти починають набувати все більшої актуальності як з погляду вивчення історико-культурної індустріальної спадщини, так і сучасного промислового потенціалу [39, с. 42]. Великі перспективи стати історико-культурним центром індустріального туризму з розвитку мануфактурного виробництва ХІХ – початку ХХ ст. належить території Кривого Рогу. Але на тлі відродження історико-культурної спадщини промислових підприємств минулих історичних епох, було б ефективним і доцільним розробити туристично-екскурсійні маршрути найвідомішими сучасними підприємствами Дніпровщини які представляють промислові бренди регіону. Даний напрямок індустріального туризму в Дніпропетровській області, що поєднає історико-культурні та сучасні аспекти, в майбутньому може стати єдиним туристично-рекреаційним кластером [40, с.229].

Відповідно, розвиток індустріальних турів сприятиме появі нових регіональних брендів та покращить інвестиційний клімат мегаполісу. Індустріальні тури – це ніша у розвиток кооперації між місцевою, муніципальною владою, промисловими і туристськими підприємствами, і зручна платформа у розвиток державно-приватного партнерства.

Розвиток індустріального туризму у містах Дніпровщини може позитивно вплинути на туристичну привабливість. Це дозволить збільшити доходну частину бюджету міст за рахунок стимулювання продажу товарів та послуг. Крім того, організація екскурсій на підприємства стане одним із механізмів зміцнення промислового бренду регіону. В деяких містах регіону є інфраструктура для організації індустріального туризму – транспорт, зв'язок, торгівля, готелі, кафе. До того ж, екскурсії на діючі підприємства – це, як правило, додаткове «навантаження» до інші туристичні об'єкти, які сконцентровані знову ж таки в місті [39, с. 44].

Як вже було зазначено, сьогодні Дніпро пропонує безліч екскурсійних і туристичних маршрутів, різні програми перебування – екскурсії, відвідування театрів, спортивні заходи тощо. І регіону, і місту Дніпру є що запропонувати відвідувачам – ви можете переконатися в цьому, ознайомившись, наприклад, з ресурсами Інтернет-сайтів. Пам'ятки регіону здавна привертають увагу як видатних письменників, художників, видатних особистостей, так і численних туристів. Крім історико-географічних, гідрологічних і бальнеологічних, геологічних, мінералогічних, геоботанічних та екологічних видів туризму, Дніпровський регіон може запропонувати потенційним туристам знайомство зі своїм промисловим комплексом, що є одним з найбільших в державі і унікальним за деякими параметрами.

Дана пропозиція є цікавою і перспективною з точки зору розвитку в регіоні індустріального туризму (промислового, технологічного, політехнічного, ділового туризму). Суть його полягає в тому, що в якості екскурсійних об'єктів використовуються звичайні промислові підприємства, де в якості атракціону виступають виробничі цикли, технологічні процеси, результати роботи підприємств, а також наслідки їх впливу на навколишнє середовище (в даному випадку індустріальний туризм поєднується з екологічним). Також однією з основних функцій індустріального туризму є підвищення іміджу самої компанії (власна реклама) [41, с. 207].

Дніпропетровська область стала регіоном, з якого розпочався етап розвитку промислового використання природи та активного впливу людини на природні ландшафти шляхом їх перетворення у виробничі потужності [42, с. 221].

Давно відоме прізвисько міста Дніпра як «український Чикаго» (з'явилося на зорі промислового розвитку Катеринославської області – в кінці XIX століття і не дарма, адже Дніпропетровська область за структурою своєї економіки є промислово-сільськогосподарською і володіє потужним промисловим потенціалом. У регіоні налічується понад 700 промислових підприємств двадцяти видів економічної діяльності, в яких зайнято близько 758 000 чоловік. У Дніпрі виробляється близько 17–18% всієї промислової продукції України. За цим показником область займає друге місце в країні. Дніпро також є місцем реалізації деяких з найважливіших світових досягнень в промисловому комплексі [36].

Більшість мандрівників, які приїжджають до цього району, є діловими мандрівниками. Багатьом з них було б цікаво поглянути на виробничий процес набагато глибше. У зв'язку з цим виникає питання про розвиток даного виду туризму в регіоні, оцінці його перспектив, ресурсної бази і напрямків. Дійсно, ця пропозиція є досить серйозною і може закласти основи для розвитку індустріального туризму в регіоні, як внутрішнього, так і зовнішнього. Адже тільки в Дніпрі можна побачити найбільше в Європі металургійне виробництво (Нижньодніпровський трубопереробний завод), систему кар'єрів (Інгулецько–Криворізький район), заводи марганцю і феросплавів (Орджонікідзе, Нікополь) тощо [43, с. 143]. Слід зазначити, що останнім часом жителі інших регіонів та іноземці все частіше виявляють інтерес до екскурсій на наших підприємствах, тому даний напрямок відкриває нові можливості для туристичних компаній.

Крім того, існує ціла категорія студентів технічних, економічних і природничих спеціальностей, для яких екскурсія на виробництво не тільки цікава, а й корисна для майбутньої роботи. Особливо корисні такі екскурсії

студентам геологічних спеціальностей для ознайомлення зі структурою, особливостями діяльності підприємств, виявлення виробничих зв'язків поставок і реалізації сировини, встановлення основних напрямків діяльності підприємств у сфері охорони навколишнього середовища тощо; для всебічного вивчення територіальних природно-антропогенно-географічних комплексів тощо [40, с. 209].

Промислова спадщина регіону розглядається як сукупність (регіональна мережа) технічних об'єктів попередніх поколінь, пов'язаних з еволюційним розвитком різних виробничих технологій, які зберігають свою автентичність і представляють цінність з наукової, технічної, естетичної, архітектурної, історичної та екологічної точок зору. Об'єкти промислової спадщини Дніпропетровської області мають історичну, наукову, містобудівну, естетичну, рекреаційну та утилітарну цінність і, отже, являють собою потужний потенціал для розвитку молодіжного туризму:

- ✓ пасивний (спостереження, огляд, фотографування об'єктів);
- ✓ активний (дослідження промислових об'єктів, долаття перешкод;
- ✓ промислова археологія, паркур, заняття спортом і спортивні змагання).

Перспективними видами активного та екстремального відпочинку є новомодні урбанексплорейшн, діггерство, спелеостологія, руферство, сталкінг тощо. Ці види дозвілля поширені в покинутих і занедбаних будівлях і спорудах, об'єктах промислової спадщини і набирають обертів у зв'язку з подальшим занепадом місцевих промислових підприємств. Цей вид відпочинку стає дуже актуальним в області [44, с. 104].

Оскільки промислова спадщина в регіоні недостатньо вивчена і потребує ретельного вивчення, її класифікаційні характеристики також повинні включати ступінь стійкості (стійкий, відносно стійкий, вразливий) та ступінь виявлення. З цієї причини успадковані об'єкти відносяться до двох груп – ідентифіковані і неідентифіковані.

Наприклад, ділянки підземних комунікацій Катерининської доби, старі кар'єри та гранітні кар'єри у Дніпра, численні залишки старих кар'єрів, шахт, тунелів, мостів у Кривому Розі тощо можуть бути затоплені ґрунтовими водами [45, с. 27].

Ступінь збереження визначається різними історичними, економічними, екологічними та іншими факторами. Виявлені і потенційні об'єкти промислової спадщини повинні бути використані для розробки туристичних маршрутів, вони відносяться до різних видів туризму, а саме до;

- наукового (проведення екскурсій для учасників наукових конференцій і навчальних практик студентів різних спеціальностей – екології, економіки, географії, історії, туризму, архітектури, містобудування та інших);
- пізнавального (знайомство з історією економічного і культурного розвитку регіону, особливостями різних будівель, інженерних споруд, відвідування промислових музеїв і виставок);
- ділового (знайомство з виробництвом, технологіями);
- екологічного (проведення екскурсій по існуючих і покинутих об'єктах з метою екологічного виховання і залучення до природоохоронних заходів, а також для ознайомлення з їх особливостями);
- екстремального (використання промислових зон, закритих або існуючих кар'єрів, мостів, інженерних споруд і комунікацій для екстремальних видів спорту; відвідування занедбаних і недобудованих промислових об'єктів з метою досліджень, фотографування, одержання ментального задоволення);
- оздоровчого (відпочинок в зонах рекреації, галотерапія на соляних шахтах, організованих на місці рекультивованих відвалів, поблизу закритих кар'єрів тощо) [46, с. 225].

Використання об'єктів промислової спадщини має деякі переваги, з одного боку (відносно невеликі фінансові витрати на організацію екскурсій, відновлення, хоча і в іншій якості, занедбаних промислових об'єктів тощо), а

з іншого боку, певні перешкоди (неможливість відвідування окремих підприємств приватної власності, небезпека для туристів через аварійність деяких об'єктів). Отже, необхідно оцінювати об'єкти промислової спадщини і в цьому аспекті.

Найперспективнішим центром розвитку індустріального туризму в нашій державі та Дніпропетровській області є місто Кривий Ріг.

Найбільш привабливими об'єктами для індустріального туризму в місті є:

- 1) шахта «Батьківщина» як найглибша шахта в Європі, шахта «Ювілейна» і всі інші шахти;
- 2) кар'єр Південного гірничо–збагачувального комбінату, Ганнівський і Первомайський кар'єри Північного гірничо–збагачувального комбінату, які є найбільшими в державі;
- 3) всі великі шламосховища;
- 4) всі великі звалища гірничо–збагачувального комбінату;
- 5) система найбільших в Європі провалів шахт в районі шахти Гвардійської та інших шахт;
- 6) чотири найбільших гірничо–збагачувальних комбінати Європи (Північний, Центральний, Південний, Новокриворізький, Інгулецький);
- 7) металургійний комбінат ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» є найбільшим підприємством Європи в цій галузі;
- 8) музей гірничої справи під відкритим небом і 7 промислових музеїв підприємств;
- 9) підземна швидкісна трамвайна колія побудована за всіма технологіями будівництва метро;
- 10) підземний дренажний тунель довжиною 5,2 км на річці Саксаган з підземним водоспадом, створеним людиною, висотою 24 м. [47, с. 219].



Рис.2.4. шахта «Батьківщина» як найглибша шахта в Європі



Рис.2.5. Кар'єр Південного гірничо-збагачувального комбінату



Рис.2.6. металургійний комбінат ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» є найбільшим підприємством Європи в цій галузі

Основою туристичного продукту в індустріальному тризмі є система екскурсій. Окреме питання – розробка спеціальних індустріальних турів. Основними напрямками при розробці турів повинні бути наступні:

- шахтний туризм (спуск в шахту),
- геологічний туризм (відвідування геологічних пам'яток природи і геологічних музеїв під відкритим небом – зараз в місті створено 2 музеї,
- тури на кар'єри,
- тури на шахтні розломи,
- виробничий туризм – тури на працюючі підприємства,
- тури на відвали,
- тури по техногенних гідротехнічним об'єктам,
- тури по старовинних промислових об'єктах,
- тури по транспортних об'єктах,
- тури по музеях промисловості,

- комбіновані екскурсії по змісту і території [Кулеш В.Г. Промисловий, с. 111] (рис.2.8).



Рис.2.8. Перспективні напрями при розробці індустріальних турів

Аби довести доцільність розвитку індустріального туризму в Дніпропетровській області, ми провели SWOT-аналіз:

Сильні сторони «S» – високий потенціал для задоволення потреб туристів (засоби розміщення, транспортна інфраструктура тощо); об'єкти промислової спадщини Дніпропетровської області мають історичну, наукову, містобудівну, естетичну, рекреаційну та утилітарну цінність; індустриальні екскурсії – це додаткове «навантаження» на інші туристичні об'єкти, які сконцентровані в регіоні; існує ціла категорія студентів технічних, економічних і природничих спеціальностей, для яких екскурсія на виробництво не тільки цікава, а й корисна для майбутньої роботи.

Слабкі сторони «W» – необхідні стабільні фінансові надходження; промислова спадщина в регіоні недостатньо вивчена; різний ступінь збереження промислових об'єктів; неможливість відвідування окремих підприємств приватної власності.

Можливості «O» – поштовх до туристичного розвитку країни в цілому; полігон для реалізації представниками малого та середнього бізнесу власної продукції та бізнес-ідей; висока ступінь атрактивності та привабливості промислових об'єктів області може зумовити зацікавленість не тільки відвідувачів серед містян, а й туристів та інвесторів; можливість до створення особливих та принципово нових у місті типів інфраструктури; стимулювання індустриального туризму в регіоні стане кроком до просування Дніпровщини як інноваційної туристичної дестинації на принципово новий рівень, все більше наближуючись до європейських стандартів сфери обслуговування; дозволить закріпити туристичний бренд регіону на новому рівні та залучити до активного використання території, які на сьогоднішній день занедбані; друге життя колишнім промисловим об'єктам.

Загрози («T») – питання безпеки відвідувачів; фінансові вкладення в економічно нестабільний період, особливо в будівництво об'єкту для індустриального туризму, несе значні ризики, пов'язані із можливим банкрутством реалізаторів та нерентабельністю функціонування наразі інфраструктури дозвілля.

Таблиця 2.1.

**SWOT-аналіз доцільність розвитку індустріального туризму в
Дніпропетровській області**

Сильні сторони «S»	Слабкі сторони «W»
<ul style="list-style-type: none"> ✓ високий потенціал для задоволення потреб туристів (засоби розміщення, транспортна інфраструктура тощо); ✓ об'єкти промислової спадщини Дніпровської області мають історичну, наукову, містобудівну, естетичну, рекреаційну та утилітарну цінність ✓ індустріальні екскурсії – це додаткове «навантаження» на інші туристичні об'єкти, які сконцентровані в регіоні; ✓ існує ціла категорія студентів технічних, економічних і природничих спеціальностей, для яких екскурсія на виробництво не тільки цікава, а й корисна для майбутньої роботи. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ необхідні стабільні фінансові надходження; ✓ промислова спадщина в регіоні недостатньо вивчена; ✓ різний ступінь збереження промислових об'єктів; ✓ неможливість відвідування окремих підприємств приватної власності.
Можливості «O»	Загрози («T»)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ поштовх до туристичного розвитку країни в цілому; ✓ полігон для реалізації представниками малого та середнього бізнесу власної продукції та бізнес- ідей; ✓ висока ступінь атрактивності та привабливості промислових об'єктів області може зумовити зацікавленість не тільки відвідувачів серед містян, а й туристів та інвесторів; ✓ можливість до створення особливих та принципово нових у місті типів інфраструктури; ✓ стимулювання індустріального туризму в регіоні стане кроком до просування Дніпровщини як інноваційної туристичної дестинації на принципово новий рівень, все більше наближуючись до європейських стандартів сфери обслуговування; ✓ дозволить закріпити туристичний бренд регіону на новому рівні та залучити до активного використання території, які на сьогоднішній день занедбані; ✓ друге життя колишнім промисловим об'єктам 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ питання безпеки відвідувачів; ✓ фінансові вкладення в економічно нестабільний період, особливо в будівництво об'єкту для індустріального туризму, несе значні ризики, пов'язані із можливим банкрутством реалізаторів та нерентабельністю функціонування наразі інфраструктури дозвілля.

Після проведення SWOT–аналізу, можна зробити висновок: доцільність розвитку індустріального туризму в Дніпропетровській області має як недоліки, так і переваги. Якщо не зважати на нинішню складну ситуацію в країні та витікаючи з цього обмеження та загрози, то індустріальний туризм в Дніпропетровській області може стати джерелом економічного, туристичного та дозвіллевого розвитку регіону та, загалом, може бути в значній мірі рентабельним.

Таким чином, якщо Дніпровщина буде рухатися в напрямку розвитку індустріального туризму, який, до речі, набирає все більших обертів як у світі (Китай, Німеччина, США, Австралія, Нідерланди), так і в сусідніх регіонах, то у Дніпровського регіону є всі шанси стати лідером індустріального туризму в державі, а її промисловий комплекс дійсно стане візитною карткою країни. Звичайно, лише розуміння перспектив індустріального туризму недостатньо. У цьому випадку, як і в багатьох інших, нічого не можна зробити без значних вкладень. Одним з перспективних механізмів його розвитку може стати створення кластерів-об'єднань різних компаній, таких як банки, страхові компанії, готелі, ресторани, кафе, виробників сувенірної продукції і, власне, туристичних компаній. Створення такого об'єднання (до речі, цей механізм вже широко використовується в світі) дозволяє фінансувати і реалізовувати навіть дуже амбітні проекти в сфері туризму, які за інших обставин були б неможливі для кожного окремого учасника.

Звичайно, співпраця між промисловістю і туристичною галуззю тільки починається, але вона повинно бути взаємовигідною. Залучення діючих заводів і фабрик в туристичну мережу регіону, створення реєстру пам'яток промислової архітектури, ідентифікація та облаштування для відвідування історичних гірничодобувних ландшафтів сприятимуть формуванню нового іміджу Дніпропетровської області та нададуть додаткові можливості для залучення туристів.

2.3. Потенційні об'єкти ревіталізації для розвитку індустриальних екскурсій

На нинішньому етапі розвитку постіндустріального суспільства кількість великих підприємств, які виводять з експлуатації, невпинно збільшується. Такі підприємства часто розташовані в центральній частині міста. В результаті створюються цілі райони з непрацюючими підприємствами, що призводить до проблеми раціонального використання цих зон. Однак місцевий економічний розвиток базується на двох принципах, які можуть значно підвищити ефективність використання цих територій. Цими принципами є креативність і гнучкість – місцева громада разом з місцевою владою, якщо вони адаптуються до відповідних умов, може більш ефективно використовувати території колишніх промислових зон для задоволення суспільних потреб.

Вчені і практики стверджують, що ревіталізація є одним з інструментів вирішення екологічних та інфраструктурних проблем міст і регіонів. Вони відзначають загрозу економічній безпеці міст через слабкий соціокультурний потенціал, монофункціональність колишніх промислових зон міст та антропогенний вплив на навколишнє середовище. Хоча в даний час Україна не є країною-лідером в області ревіталізація, однак випереджає інші пострадянські країни за рівнем розвитку в цьому напрямку. Українське суспільство тільки почало освоювати механізми ревіталізація протягом останнього десятиліття, тому даний напрямок просторового розвитку є новим видом економічної діяльності в рамках взаємодії бізнесу, муніципалітету та місцевого самоврядування [48].

Ревіталізація – це концепція в науковій і практичній діяльності, що інтерпретується як відродження (відновлення) минулого, з'єднання сьогодення з минулим і повернення до життя. Через активні процеси урбанізації або з історичних причин певні райони виявилися близькі до центральних районів міст і часто мають досить розвинену інфраструктуру довкола. Впровадження інструментів ревіталізації необхідно для відновлення

територій, які зазнали структурної деградації, що ускладнює розвиток міст і районів [49].

Зазначимо, що на території України вже є кілька успішних прикладів ревіталізації – створення поліфункціональних центрів на базі колишніх промислових зон: «Зелений театр», «РеЗавод», арт-центр «Платформа» і «URBAN CAD»[50].

У той же час слід зазначити, що проекти такого роду в даний час реалізуються тільки у великих містах України, хоча занедбані території, які потенційно можуть бути ефективно використані, є як в малих, так і в середніх населених пунктах.

У світовій практиці державно–приватне партнерство є досить поширеним явищем при впровадженні проектів реалізації, що мають певне соціальне значення. У таких проектах необхідні витрати на реалізацію проекту розподіляються між державою і суспільством / підприємцями, стимулюється просторовий розвиток і заохочується співпраця населення з державою [51, с. 211].

В Дніпропетровській області ревіталізація, як напрямок просторового розвитку розвинено слабо, хоча наявність занедбаних промислових об'єктів відкриває перспективи для цього напрямку [52, с. 57].

Наприклад, за весь час видобутку залізної руди в Кривому Розі було приблизно 200 шахт, 8 з яких зараз працюють, велика частина закрита, законсервована, деякі працюють у водоохоронному режимі, на деяких збереглися надземні і підземні споруди, обладнання та інфраструктура. Останні являють собою привабливі місця для пожвавлення, особливо якщо вони географічно розташовані в межах міста.

Наприклад, шахта Артем-2 розташована в Саксаганському районі Кривого Рогу і є частиною складу Артемівського рудника. Артемівський рудник – підприємство з видобутку залізної руди в Криворізькому залізорудному басейні під землею. Шахта була заснована Південнодніпровським металургійним товариством в 1887 році на землі,

орендованій у поміщиці Галковської в 1900 році, і видавала 600 тис. тонн руди на рік. Відразу після революції рудник першим у Кривому Розі відновив видобуток залізної руди. Незважаючи на відсутність механізації, до кінця 1918 року тут було видобуто біле 5 мільйонів тонн залізної руди. На початку розробки руди видобувалася відкритим способом, а з 20-х років двадцятого століття добувалася в шахтах [53, с. 78-80].

Шахта Артем–2 унікальна, в тому числі в межах Кривого Рогу, тим, що випуск руди на денну поверхню здійснювався за допомогою звичайного вертикального пропускного механізму і здійснювався за допомогою двох конвеєрних стрічок, обладнаних в похилих (не вертикальних) стовбурах. Крім них, їм уготовано притулок. Проектна потужність шахти в середині 1990-их років становила приблизно 7 мільйонів тонн руди. Рудні родовища розроблялися на горизонтах 955 і 1045 м відповідно. Родовище було відкрито на глибині до 900 м двома похилими рудопідйомними стволами, на глибині до 1100 м трьома вертикальними рудопідймальними стволами і п'ятьма вентиляційними стволами. Система розробки являла собою обвалення нижнього поверху з відображенням руди глибокими свердловинами.

Шахта Артем–2 знаходиться в режимі консервації та відкачування шахтної води і, на наш погляд, має великі перспективи для подальшого відновлення, особливо якщо спиратися на аналіз світового та європейського досвіду з відновлення шахт [53, с. 567-568].

У своїй програмі розвитку міста Дмитро Шевчик представив проект створення промислового музею та «експериментаріуму» на базі шахти Артем–2. Програма висвітлює основні проблеми Кривого Рогу, такі як: низька привабливість міста для ІТ-фахівців, низьке використання інтелектуальних технологій в міській адміністрації, відсутність екосистеми для розвитку творчих індустрій, незнання місцевими жителями можливостей самореалізації в культурному просторі міста, низька безпека і непослідовність, а також слабкий розвиток туристичної інфраструктури. Для вирішення цих проблем Дмитро Шевчик пропонує створити ІТ-інкубатор,

інноваційний парк та міські стартап–лабораторії для вирішення соціальних проблем. Він підкреслює важливість розвитку ефективного та сучасного простору для розвитку молодіжних центрів творчості, розвитку процесів поживлення промислових об'єктів і включення їх в промислові туристичні маршрути, все це на майданчику ревіталізованої шахти Артем–2 [54, с. 567-568].

Оскільки проєкт Дмитра Шевчика не враховує промислову спадщину шахти Артем–2, ми пропонуємо наше бачення проєкту з відродження цієї шахти, який буде називатися «Постіндустріальний парк ARTEM».

Свій вибір ми зупинили саме на цьому об'єкті адже на шахті присутній достатній рівень безпеки надземних і підземних споруд промислової зони, який включає в себе широкі можливості для їх залучення до відновлення. Так, шахтарське обладнання збережене у доволі хорошому стані і являє собою майже готовий музей, який може розташовуватися як всередині будівлі, так і у дворі. Музей гірничої справи буде цікавий не тільки дітям, а й дорослим, оскільки ми стикаємося з сумним парадоксом, люди, які все своє життя живучи на промисловому майданчику, на власні очі не бачили гірничодобувне обладнання. Поруч з музеєм гірничої справи доцільно було б встановити виставку, присвячену гірським мінералам. Така локація може стати професійно–орієнтаційним центром для молоді нашого міста, центром гірничих професій, виробничою лабораторією для учнів.

Також, через наявність похилого стовбура шахта оснащений спусковим механізмом для похилих стволів у вагонах. На основі цього можна розробити атракціон «Спуск в шахту». Перед спуском в шахту групі можна запропонувати одягтися в спеціальні робочі костюми шахтарів. Під час спуску відвідувачів буде супроводжувати гід і розповідати про історію рудника і особливості видобутку залізної руди в регіоні в різні часи. Спуск можна доповнити мультимедійними презентаціями на цю тему і здійснювати короткі зупинки на різних горизонтах.

Будівлі і споруди комплексу можна розподілити за функціональним змістом і використовувати для проведення форумів, виставок, квестів, семінарів, частково обладнати під офіси фотостудії тощо.

Також певну територію можна використовувати як дитячий майданчик, зону для художніх інсталяцій на гірську тематику, зону для скалелазання або атракціон з мотузкою і лабіринтом.

При достатньому озелененні та благоустрої відкритої території у майбутньому можна створити: паркові зони, зони відпочинку біля ставка, екологічні доріжки, велосипедну доріжку та інші.

Ще одним плюсом цього проєкту є те, що промислова зона розташована: в межах міста, є організовані під'їзні шляхи, поруч знаходяться великі житлові масиви і торгові центри.

Цікавим з точки зору раціоналізації і подальшого використання може стати Бурщицький відвал в Кривому Розі. Даний відвалі зараз дуже активно використовується в туристичній діяльності, так як звідси відкривається чудова панорама міста. Проте, на нашу думку, цей об'єкт має набагато ширший потенціал для його використання, ніж той, який реалізується в даний час. Дана територія – це зручна основа для створення масштабного розважально-пізнавального комплексу з можливістю подальшої монетизації. Саме звалище і прилегла територія можуть бути використані для створення розважально-рекреаційного парку.

Доцільним буде розміщення тут парку для активного відпочинку: місця для зорбінгу, екстремальної мото- та велотраси, парку металевих скульптур, оглядового майданчика і сервісної інфраструктури.

Біля підніжжя варто створити паркувальне місце, найбільш доступне до головної дороги. Поруч доречно розмістити основну інфраструктуру: адміністративний центр, кілька закладів громадського харчування, місця продажу сувенірної продукції, зону оренда обладнання.

З економічної точки зору слід відразу зазначити, що в умовах повномасштабної війни РФ проти нашої держави, всі проєкти, особливо

розважальні заходи і туризм, користуються значно меншим попитом з боку суспільства. Фінансування в більшості випадків направлено на розвиток і підтримку оборонної та соціальної сфери. Тому в даний час будівництво нових рекреаційних об'єктів нерентабельно, а фінансування з боку держави і сторонніх інвесторів практично виключено через те, що розвиток цієї сфери в даний час не на часі. Це означає, що зараз зовнішні економічні фактори несприятливі.

Аналізуючи соціальний аспект, варто зазначити, що загалом мешканці потребують появи нових об'єктів культурно–дозвілєвого формату, що призведе не лише до покращення благоустрою міста, а й до створення нових робочих місць для мешканців, а представникам малого та середнього бізнесу – полігону для реалізації власного продукту. Однак, на жаль, в даний час ця потреба нівелюється ситуацією в країні, що проявляється в скороченні числа відвідувачів, які бажають відвідувати громадські місця. Тому соціальний аспект в рамках існуючої ситуації є скоріше несприятливим.

Аналізуючи технологічний аспект, слід сказати, що в цілому наявні в країні будівельні технології і можливість створення необхідної інфраструктури достатні для реалізації намічених проєктів, оскільки всі проєкти планувалися в рамках наявних і реальних можливостей залучення певних технологій. Однак впровадження певних технологій регулюється виключно наявним бюджетом, призначеним для відновлення старих промислових об'єктів. Отже, цей аспект слід визначати скоріше як нейтральний.

РОЗДІЛ 3

Розробка індустріальної екскурсії в межах ревіталізації туристичних об'єктів дніпропетровської області

3.1. Міжнародний досвід проведення індустріальних екскурсій

Вивчення результатів впливу технологізації промислового виробництва сучасного промислового міста потребує креативних пропозицій на ринку туристичних послуг нашої держави, спрямованих на ознайомлення туристів з унікальними об'єктами промислового призначення. Ефективне позиціонування нетрадиційного туристичного продукту є ефективним засобом поліпшення іміджу таких територій, оскільки воно протидіє упередженості, надає нові враження та емоції, а також задовольняє пізнавальні потреби споживачів. Промислові регіони, які традиційно були непридатні для інтелектуального та соціокультурного розвитку, сьогодні стають об'єктами з позитивним туристичним брендом, здатними створювати позитивні враження у туристів. Це вимагає докорінної зміни туристського продукту і побудови нової соціокультурної моделі сприйняття промислових об'єктів при реалізації нетрадиційного туристського продукту.

Важливим є позиціонування туристичного продукту як способу домінування в сегменті ринку промислового регіону з широким спектром промислових об'єктів, які мають туристичну привабливість. Певний сектор туристичних послуг України потребує ефективного державного регулювання сектору, забезпечення його соціальної спрямованості та соціальної ефективності, розробки ефективного системи позиціонування його складових. [56, с. 55-56].

Індустріальний туризм – один з альтернативних видів туризму, для якого характерна різноманітність вражень, які туристи отримують в результаті активізації своєї діяльності. Це особливий вид туризму, який поєднує в собі відвідування об'єктів з минулого і сучасних, інноваційних інженерних споруд для отримання психологічного, естетичного або дослідницького досвіду; організація групових або індивідуальних турів або екскурсій на промислові об'єкти з урахуванням мети поїздки (задоволення пізнавальних, наукових, професійних, ділових, культурних та інших потреб). [56, с. 15].

Вже на початку ХХІ століття на ринку послуг індустріального туризму були представлені потужні і різноманітні підприємства, система унікальних гірничодобувних ландшафтів європейського значення, історичні та культурні об'єкти промислової спадщини. Поступово розвиток ринку послуг індустріального туризму набув позитивну динаміку. Існує класифікація об'єктів індустріального туризму за даними ЮНЕСКО, до якої відносяться (рис.3.1.):



Рис.3.1. Класифікація об'єктів індустріального туризму за даними ЮНЕСКО

- об'єкти комплексного промислового розвитку (промислові міста і поселення, промислові ландшафти);
- гірничодобувна промисловість і шахти, фабрики і заводи з відповідною інфраструктурою [Eurostat].

Для сучасного промислового міста з безліччю техногенних об'єктів і промислових зон характерна багатовікова взаємодія людини і природи, яка передбачає значне розширення вибору етичних критеріїв існування [56, с. 124]. Організація регулярних екскурсій на існуючі промислові підприємства допоможе сформувати нову модель сприйняття антропогенної діяльності промислових підприємств та її впливу на стан природного середовища, що дозволить проводити необхідні соціокультурні заходи щодо їх збереження та відтворення [57, с. 30]. Саме ця практика дозволяє зрозуміти цінність власного існування в соціальній і природній реальності, побачити можливості використання і зміни територій міста, а також дозволяє змінити відношення до індустріального регіону як до такого, що непридатний для життя та проведення дозвілля.

Важливою складовою розвитку індустріального туризму є вибір цільового ринку, визначення його цілей, сегментація ринку туристичних послуг і вибір стратегії позиціонування (диференціація продукту, пошук ніші на ринку, стратегія низьких витрат). Позиціонування товару – це процес визначення місця розташування товару поряд з уже існуючими, який передбачає уточнення сфери застосування, конкурентоспроможності та можливості витіснення старих товарів.

Індустріальний туризм може і не займати домінуючих позицій на світовому туристичному ринку, але за кордоном він вже явно зайняв свою певну нішу. Наприклад, екскурсії гірничодобувними підприємствами, особливо шахтами та кар'єрами, проводяться у багатьох країнах. Шахтний туризм поширений в Польщі, Швеції, Чеській Республіці, Словаччині, Австралії, Фінляндії, Естонії, Норвегії, Чилі тощо [40, с. 83].

Як зазначалося раніше, індустріальний туризм є новим та міждисциплінарним явищем, у зв'язку з цим дослідження в даній сфері практично відсутні. Існує велика кількість прикладів, які можуть бути взірцем для організації туристських маршрутів на промислові підприємства, у тому числі приклади зі світової практики.

Розвиток світової економіки, на думку зарубіжних дослідників Джозефа Пейна та Джеймса Гілмора, зараз перебуває на порозі нової стадії свого розвитку – «економіки вражень». При цьому економіка минула такі стадії свого розвитку, як сировинна, товарна та економіка послуг. Відповідно, найкращим способом реалізації «економіки вражень» є розвиток індустріального туризму.

Проведення екскурсій на виробничі підприємства, явище не нове. Джозеф Пейн та Джеймс Гілмор відзначили, що вперше екскурсія на промислове виробництво для туристів була представлена компанією «Jack Daniel's» із США у 1866 р. Пізніше, у 30–х роках ХХ ст. подібні екскурсії для туристів стали популяризуватися у Європі. Об'єктами інтересу ставали підприємства харчової промисловості та автомобілебудування. Але масового розвитку на той період, індустріальний туризм у Європі та США не отримав. Найбільшою популярністю він став користуватися лише останні десятиліття ХХ століття. Це було прагненням отримання не лише додаткових доходів та прибутку, а й необхідністю впровадження креативного маркетингу для просування брендів та продукції підприємств. Такий маркетинговий підхід сприяв тому, щоб зробити продукт, що випускається місцевими заводами та фабриками, більш зрозумілим та близьким для споживача, а компанію більш прозорою та відкритою. Нині США практика залучення туристів на виробничі підприємства є поширеною. Для кожної серйозної компанії – це автоскладальний цех, лісопилка чи аеропорт – вважається поганим тоном не приваблювати туристів. Це свого роду спричиняє загрозу репутації фірми.

За твердженнями Джозефа Пейна і Джеймса Гілмора, маркетингові завдання щодо реалізації проєктів організації індустріальних екскурсій на

великих підприємствах пов'язані з підтримкою іміджу і бренду компанії, а також формування громадської думки про товари, що виробляються. Завдання дрібніших підприємств пов'язані зі стимулюванням збуту продукції.

Наразі на французьких електронних ресурсах представлені сайти понад 1800 підприємств, які надають послуги з проведення індустріальних екскурсій своїм виробництвом. Слід зазначити, більшість підприємств запрошують себе туристів безплатно [58, с. 77-78].

Сьогодні індустріальний туризм добре розвинений і в європейських країнах, таких як Франція, Великобританія, Німеччина та Нідерланди (таблиця 3.1.).

Таблиця 3.1.

Статистика найбільш відвідуваних індустріальних об'єктів за кордоном у 2021 році

Об'єкт індустріального туризму	Число відвідувачів на рік, чол.
«Кедбері» (Англія, шоколадна фабрика)	400000
ПЕС «Ля Ранс» (Франція, приливна електростанція)	300000
«Тойота Мотор Корпорейшн» (Японія, Автомобілебудівна корпорація)	300000
«Баварські моторні заводи» (Німеччина, виробник автомобілів, мотоциклів, двигунів)	260000
«Бен енд Джерріз» (США, виробництво морозива)	170000
«Веджвуд» (Англія, фарфоровий завод)	100000

У Німеччині акцент робиться як на покинуті підприємства, наприклад, вугільні та соляні шахти, суднобудівні заводи часів Другої світової війни, так і на діючі підприємства. За відвідуваністю лідером є завод BMW у

баварському Вольфсбурзі, який приймає по чверть мільйона туристів на рік. Основними центрами розвитку індустріального туризму у Німеччині є міста Кельн та Вольфсбург [59, с. 110].

Виробничі екскурсії користувалися популярністю серед відвідувачів. Автомобільні виробництва поєднували промислові екскурсії з процесом придбання автомобіля, коли споживач, перш ніж оформити замовлення, може ознайомитися з виробничим процесом і побувати на кожній стадії створення автомобіля. Виробники іграшок розробили програми, які дозволили залучити відвідувачів до процесу споживання під час екскурсії. Наприклад, було створено спеціальні ігрові зони, у яких туристи могли випробувати продукт.

Кельн – один із центральних регіонів Німеччини за рівнем розвитку промисловості та супутньої інфраструктури (готелі, ресторани, кафе, бари). Просуванням туристичного продукту в Кельні займається «Наглядова рада з туризму», до якої входять представники Міської ради. Фінансування діяльності ради включає кошти місцевого бюджету та доходи від комерційної діяльності. Основною метою Ради є зміцнення туристичної діяльності в Кельні за рахунок заходів щодо збільшення терміну перебування туристів у країні та обсягу витрат кожного з них. «Наглядова рада з туризму» індустріальний туризм не розглядає як унікальний продукт і вважається лише другорядним. Тим не менш, варто зазначити, що екскурсії по підприємствах Кельна мають високий попит (рис.3.1).



Рис.3.1. Кельн – центр індустріального туризму в Німеччині

Важливим аспектом розвитку індустріального туризму в регіоні є підхід міста до включення навколишніх населених пунктів у реалізацію продуктів індустріального туризму. Просуванням туристичного продукту для такої аудиторії, як студенти, у Кельні займається «Рада з туризму». Відвідування об'єктів індустріального туризму для професійних груп туристів перебуває у віданні Торгово–промислової палати Кельна, а «Наглядова рада з туризму» виступає посередником. Приплив професійних груп туристів у Німеччині здійснюється у рамках угоди між шістнадцятьма Торгово–промисловими палатами Німеччини, які поділяють зовнішній ринок туристичного потоку між собою. На підставі цієї угоди професійні групи туристів до Кельна прибувають з таких країн, як Китай, Тайвань, В'єтнам, Казахстан та Туреччина. Таким чином, Кельн є першою туристичною дестинацією для делегацій із цих країн [59, с. 111-112].

Реалізуючи стратегію, яка називається «Атовізит», місто Вольфсбург у Німеччині та Концерн Фольцваген беруть на себе зобов'язання як державно–приватного партнерства щодо реалізації заходів у галузі індустріального туризму. Мета цієї стратегії полягає у підвищенні іміджу регіону та залученні

приватного капіталу за рахунок надання послуг у сфері індустріального туризму. У зв'язку з чим концерн відкрив парк-музей «Автоград», що призвело до суттєвого зростання потоку туристів у регіон [58, с. 118].

Щодо сфери охоплення цільових груп туристів, то й завод Фольцваген та «Автоград» наголошують, що вітають різні групи споживачів об'єкту індустріального туризму. Однак варто відзначити, що особлива увага приділяється насамперед відвідувачам фабричних турів з метою покупки автомобіля, а також студентам, які навчаються за фахом машинобудування та інженерії.

Італійське місто Турин – важливий діловий та культурний центр північної Італії, що є другим після Мілана промисловим центром країни. У самому місті та його найближчих передмістях розташовуються підприємства важкої промисловості, чільне місце в яких належить промислому комплексу підприємств концерну FIAT.

У 2005 році туристська фірма «Torismo Torino» взяла на себе ініціативу спільно з Торгово–промисловою палатою створити індустріальну туристичну програму під назвою «Зроблено в Турині: тур на відмінно». Ідея полягала в тому, щоб використовувати Олімпійські ігри 2006 як каталізатор для просування привабливості дестинації не тільки для туристів, а й підняти імідж регіону як економічно розвиненої території. Індустріальний туризм вважається одним із інструментів підвищення привабливості Турину. Крім екскурсії на завод FIAT, турфірми регіону можуть запропонувати інші компанії зі світовим ім'ям, наприклад, компанія з виробництва дорогих дизайнерських ручок «Aurora», заснована в 1919 році, і меблева фабрика «Gufran», що знаходиться недалеко від центру міста. Крім того, Турин є типовим промисловим містом із досить диверсифікованою інфраструктурою, що, у свою чергу, сприяє розвитку туристичної сфери загалом.

У таблиці 3.2. систематизовано особливості організації індустріального туризму закордоном за низкою показників.

Таблиця 3.2.

Порівняльна характеристика особливостей організації індустріального туризму у світовій практиці

Показники	Німеччина	Німеччина	Італія	Нідерланди
	Вольфсбург	Кельн	Турин	Роттердам
Регіональні особливості та підходи до організації індустріального туризму (нормативна база)	Реалізація Стратегії «Автовізит», створення парку–музею «Автоград» концерну Фольцваген; Концерн Фольцваген – бренд регіону	Договір між Торгово–промисловими палатами про поділ зовнішнього потоку, професійні групи туристів та делегації	Використання Зимових Олімпійських ігор як інструменту маркетингу територій та механізму просування індустріального туризму	Реалізація регіональної політики з просування іміджу регіону
Організатори, координатори індустріальних турів	Державно–приватне партнерство між регіоном та автоконцерном	«Наглядова Рада з туризму, Торгово–промислова палата	Торгово–промислова палата	Туристична компанія «Rotterdam Marketing»
Категорії споживачів об'єктів індустріального туризму	Потенційні покупці, інвестори, студенти, туристи	Підприємці, інвестори, студенти	Закордонні туристи	Представники бізнес–спільноти

Досвід Нідерландів у галузі розвитку індустріального туризму свідчить про те, що в країні створено спеціальну організацію, яка відповідає за сприяння регіону як туристичному напрямку – «RotterdamMarketing». Вона

утворилася в результаті злиття у 2001 році кількох туристичних фірм, метою яких є збільшення туристського потоку, збільшення середніх витрат споживачів туристського продукту та підвищення іміджу регіону як туристичного спрямування. Для досягнення поставленої мети дана організація розробляє нові туристичні послуги та продукти, включаючи індустриальні тури, а також співпрацює із зацікавленими сторонами індустрії. У 2006 році в Роттердамі при мерії міста було створено посаду головного маркетолога, завданням якого є сприяння координації просування іміджу регіону, забезпечуючи послідовну брендингову політику, у тому числі за рахунок організації та проведення індустриальних екскурсій. Промисловий туризм Роттердама орієнтований на бізнес-аудиторію, таку як інвестори та підприємці [58, с. 133-134].

Таким чином, проаналізувавши світовий досвід розвитку індустриального туризму, слід констатувати, що за кордоном акцент у індустриальному туризмі зроблено на залучення туристів з реалізацією цілей розвитку регіонів та підприємств. Успішна реалізація товарів індустриального туризму в іноземних компаніях полягає в тісній співпраці та взаємодії з державними та муніципальними органами влади, що здійснюють підтримку у просуванні послуг у цій сфері. Це проявляється у зацікавленості підтримки іміджу регіону, вплив на який здійснює реалізація маркетингу території з допомогою залучення потоку туристів на промислові підприємства регіону. До того ж, важливим аспектом є підвищення інтересу до самого бренду та продукції, виробленої підприємствами – об'єктами індустриального туризму, що формує лояльну клієнтську базу та збільшує обсяг продукції, що реалізується. Як наслідок – збільшення обсягів виробництва, розширення виробничої діяльності, створення нових робочих місць та розвиток інфраструктури туризму, у тому числі у сфері обслуговування туристів.

Важливим аспектом успішного функціонування об'єктів індустриального туризму є територіальна близькість та співпраця з вищими навчальними закладами (університетами та інститутами), які випускають

спеціалістів із профілю підприємств. Звідси випливає, що однією з найбільш перспективних цільових аудиторій споживачів індустріального туризму є студенти вузів, індустріального екскурсії для яких служать не тільки розвагою та способом навчання, а й засобом отримання практичних знань та навичок у ході відвідування туру на підприємства, а як наслідок ці випускники є затребуваними спеціалістами та потенційними кандидатами на заміщення вакантних посад на даному підприємстві.

Досвід розвинених країн у розробці проєктів впровадження індустріального туризму свідчить про його ефективність як для регіону загалом, так і для конкретного підприємства. Розвиток цього напрямку в регіоні є імпульсом до розвитку малого та середнього бізнесу за рахунок збільшення інвестиційної привабливості та іміджу території, а також сприяє вирішенню питань кадрового забезпечення економіки регіону.

3.2. Розробка індустріального екскурсійного продукту з використанням ревіталізаційних туристичних об'єктів Дніпропетровської області

Нині на туристичному ринку міст а Дніпра мало представлено турпродуктів з відвідуванням об'єктів активного індустріального туризму. Проаналізувавши туристичний ринок та думки експертів у галузі індустріального туризму, можна зробити висновок, що у місті буде найбільш затребуваний формат тематичної екскурсії.

Нами було проведено комплексне опитування у соціальних мережах з метою виявлення цікавості у жителів до відвідування індустріальних екскурсій в Дніпропетровській області.



Промисловий (індустріальний) туризм

Чтобы сохранить изменения, [войдите в аккаунт Google](#). [Подробнее...](#)

* **Обязательно**

Перед проходженням опитування, будь ласка, прочитайте визначення!

Промисловий туризм – це організація турів на діючі (або ті, що колись діяли) промислові підприємства та місця народних промислів, з метою задоволення пізнавальних, наукових, професійних, ділових, культурологічних та інших потреб.

Рис.3.2. Шапка впровадженого опитування [60]

В опитуванні взяло участь 50 чоловік. Більша частина опитуваних були жінки.

Ваша стаття:

50 ответов

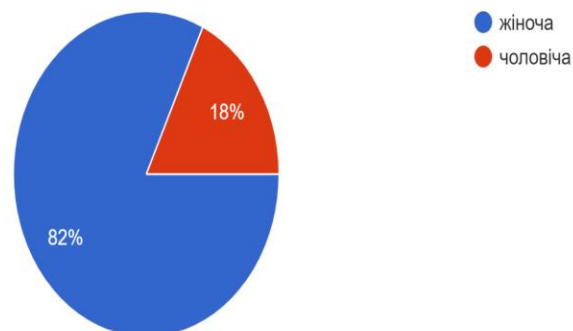


Рис.3.2. Співвідношення опитаних

В основному опитування проходили люди у віці від 20 до 35 років, це пояснюється тим, що саме ця вікова категорія на сьогодні є найактивнішою у користуванні соціальними мережами.

Ваш вік:
50 ответов

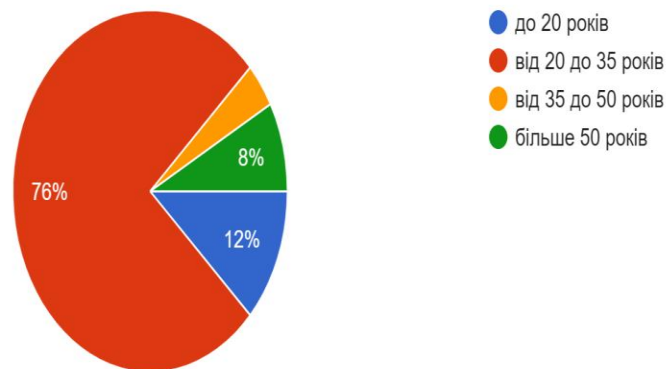


Рис.3.3. Вікова категорія опитуваних

Майже половина опитаних не знали, що таке індустріальний туризм.

Чи знали Ви до опитування що таке "промисловий (індустріальний) туризм"?
50 ответов

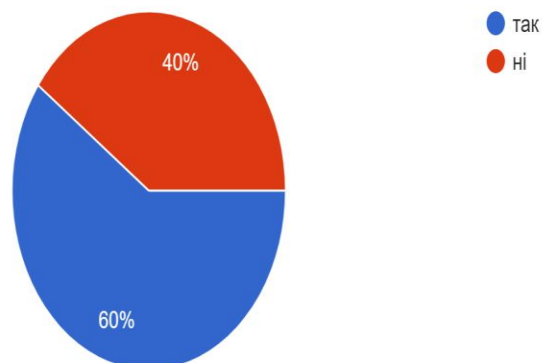


Рис.3.4. Результати опитування стосовно знання терміну «індустріальний туризм»

Проте, більша частина опитаних хоч раз в житті відвідували екскурсії в яких було використано індустриальні об'єкти.

Чи доводилось Вам відвідувати екскурсії по промисловим об'єктам?
50 ответов

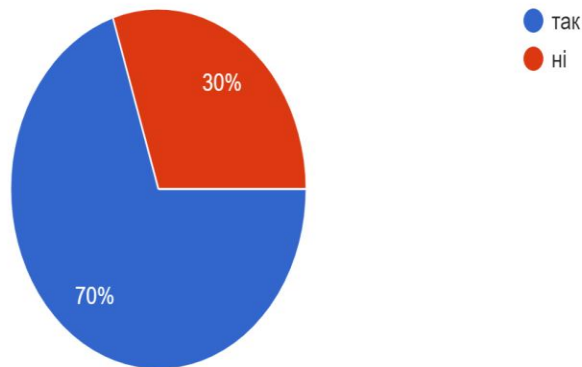


Рис.3.5. Досвід учасників опитування у промислових екскурсіях

Для розробки майбутніх індустриальних екскурсій важливим є правильний вибір об'єктів, адже за результатами опитування, потенційні туристи готові відвідувати екскурсію, лише з цікавими промисловими ресурсами.

Чи хотіли би Ви відвідати промислові екскурсії?
50 ответов

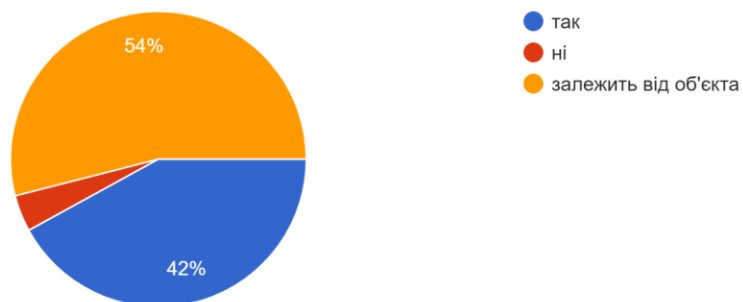


Рис.3.6. Потенційність вибору об'єктів для майбутніх екскурсій

Можемо стверджувати, що на сьогодні індустриальні екскурсії в Україні ще не набули значної популярності, адже 70% опитуваних вказує, що не стикались з пропозиціями туристичних фірм стосовно індустриальних турів.

Чи траплялись Вам пропозиції промислових екскурсій на сайтах тур.фірм?
50 ответов

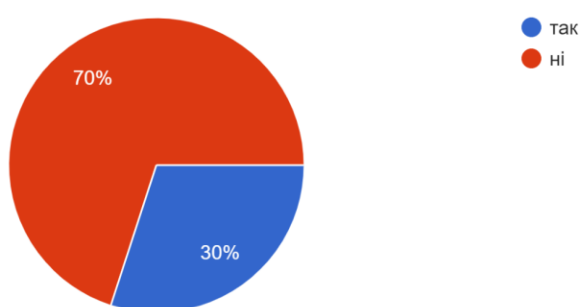


Рис.3.7. Непопулярність індустриального напрямку серед туристичних фірм

Найпопулярнішими об'єктами, які готові відвідувати потенційні туристи в індустриальних екскурсіях є заводи з виробництва напоїв та підприємства легкої промисловості.

Які, на Вашу думку, промислові об'єкти є потенційно привабливими для екскурсій? (можна декілька)
50 ответов

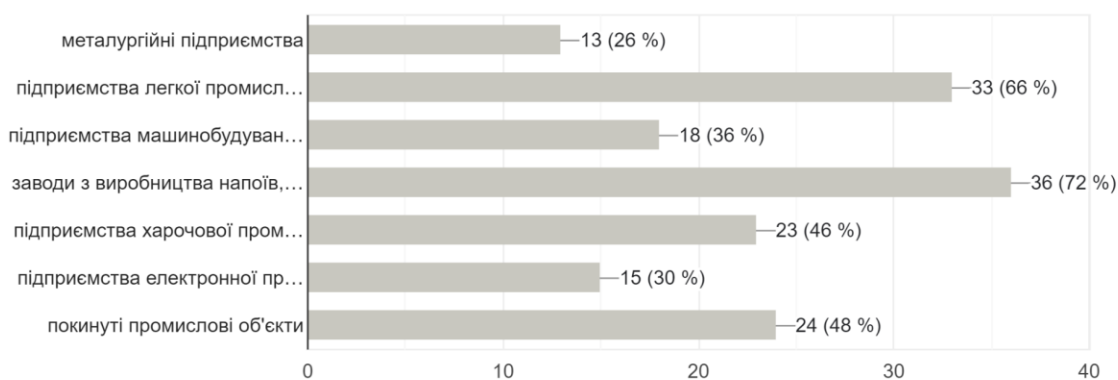


Рис.3.8. Потенційні привабливі об'єкти для розробки індустриальних екскурсій

Майже всі опитані вважають Дніпропетровську область цікавою та привабливою для розробки індустріальної екскурсії.

Чи вважаєте Ви Дніпропетровську область потенційно привабливою для промислового туризму, якщо на її території є понад 100 промислових об'єктів?

50 ответов

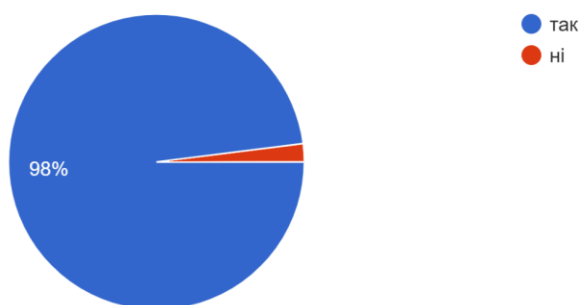


Рис.3.9. Перспективність розробки індустріальних екскурсій в Дніпропетровській області

Виходячи з вищесказаного, пропонується розробка нового турпродукту з метою популяризації індустріального туризму та організації дозвілля мешканців та гостей міста Дніпра, а саме міської квест-екскурсії, з елементами індустріального туризму.

Квест (від англ. quest – пошук) – це командна гра, яка вимагає спеціальної підготовки, і де проявляються витривалість, ерудиція, кмітливість і нестандартне мислення .

Квест-екскурсія – це послуга з організації відвідування спеціально підібраних об'єктів екскурсійного показу індивідуальними туристами (екскурсантами) або туристськими групами, що полягає в ознайомленні та вивченні зазначених об'єктів за допомогою спостереження, спілкування з іншими суб'єктами та вирішення логічних завдань під керівництвом кваліфікованого спеціаліста – екскурсовода, тривалістю менше 24 години без ночівлі [61, с. 82].

Екскурсійний квест поєднує обов'язкові ознаки квесту та екскурсії:

- тривалість зазвичай від академічної години до одного дня;

- наявність екскурсійної групи;
- підготовка маршруту та завдань кваліфікованим спеціалістом екскурсоводом;
- чітко визначена тема (сюжет, легенда), що є стрижнем цього огляду, що диктує його напрямок;
- огляд екскурсійних об'єктів, первинність зорових вражень;
- знайомство з об'єктами у русі та на зупинках .

Необхідно наголосити на перевагах квест–екскурсій перед традиційними видами екскурсійного показу.

Ігрові завдання викликають безліч позитивних емоцій, сприяють розвитку комунікації учасників. Крім функцій традиційних екскурсій – інформації, організації культурного дозвілля, розширення кругозору та формування інтересів, екскурсійні квести виконують ще одну функцію – командування.

Командування, або тимбілдинг (англ. Team building – побудова команди) – термін, який зазвичай використовується в контексті бізнесу і застосовується до широкого діапазону дій для створення та підвищення ефективності роботи команди.

Участь у міському квесті – командній грі, яка полягає у русі по заданому маршруту та виконання різних завдань у дорозі – дозволяє у розважальній формі налаштувати на командну роботу.

У контексті такої функції квест-екскурсії як командування, варто відзначити перспективність такого формату екскурсії для проведення корпоративних заходів, що ставлять перед собою в тому числі мету вирішення завдань комунікації, побудову взаємодії, загального підвищення корпоративного духу.

Екскурсійний квест може проводитись у різних формах.

- квест-екскурсії з безпосередньою участю екскурсовода. І тут кожне завдання екскурсовод (ведучий, аніматор) оголошує особисто.

- знеособлену квест-екскурсію з повною (квест-маршрут) або дистанційною видачею матеріалу. У цьому випадку учасники отримують завдання допомоги смартфона або планшета (мобільні квести), або шукають задану точку за допомогою GPS-навігатора (екскурсійний геокешинг). [62, с. 854].

В даний час існують спеціальне програмне забезпечення – мобільні платформи, що дозволяють автоматизувати видачу та контроль виконання завдань, що особливо актуально при великій кількості команд та учасників, а також для проведення знеособлених квест-екскурсій. Така екскурсія має кілька особливостей:

- учасникам не потрібно підлаштовуватися під час організованої групи.
- є можливість побути у колі близьких, друзів та колег без участі в екскурсії незнайомих людей.
- можливість проходити маршрут у своєму темпі, не наздоганяючи і не чекаючи нікого [62, с. 855].

Міська квест-екскурсія «Кривий Ріг знизу вверх» передбачає написання кількох сценаріїв (легенд), які залежатимуть від розташування об'єктів екскурсійного відвідування.

Створення може бути реалізоване на базі платформи Urban Quest. Urban Quest – це платформа для створення та проходження квестів по містах з використанням мобільного додатку.

Мобільна платформа передбачає створення квесту з кількома рівнями, що містить завдання та правильні відповіді до них. Платформа в режимі онлайн перевіряє відповідь гравців, і, якщо вона буде правильною, пропускає їх на наступний рівень. Створений квест надсилається учасникам за допомогою завантаження із сайту організатора. Міська квест-екскурсія проводиться за допомогою планшета або смартфона з доступом до Інтернету.

Опис квест-екскурсії: міська квест-екскурсія з елементами екстриму.

Тип квест-екскурсії: знеособлена з дистанційною видачею матеріалу.

Учасники квест-екскурсії: від 3-х до 8-ми, чоловіки/жінки, вік 16-45 років.

Ціль квест-екскурсії: знайти всі точки маршруту за допомогою відповіді на запитання, для переходу на наступний рівень (об'єкт) необхідно дати відповідь на запитання. Після прибуття на об'єкт гравці отримують від організатора опис, загальні дані, цікаві факти, пов'язані з об'єктом. При переході на наступний рівень (об'єкт) гравці отримують від організатора координати наступного об'єкта.

Загальна довжина квест-екскурсії: 64 км (автомобілем)

Час проходження квест-екскурсії: 8 годин.

Вартість екскурсії: Вартість даного турпродукту складається з вартості використання мобільної платформи для створення квесту, вхідних квитків до атракцій та непрямих витрат організатора на підтримку працездатності свого сайту, з якого завантажуватиметься квест на мобільні пристрої учасників.

Вартість використання мобільної платформи для створення одного квесту варіюється і може становити від 100 грн (для використання на одному мобільному пристрої) до 800 грн (для використання на кількох мобільних пристроях одночасно). Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що витрати на створення та впровадження такого формату екскурсій невеликі, що безумовно робить його привабливим як для організатора так і для потенційних покупців.

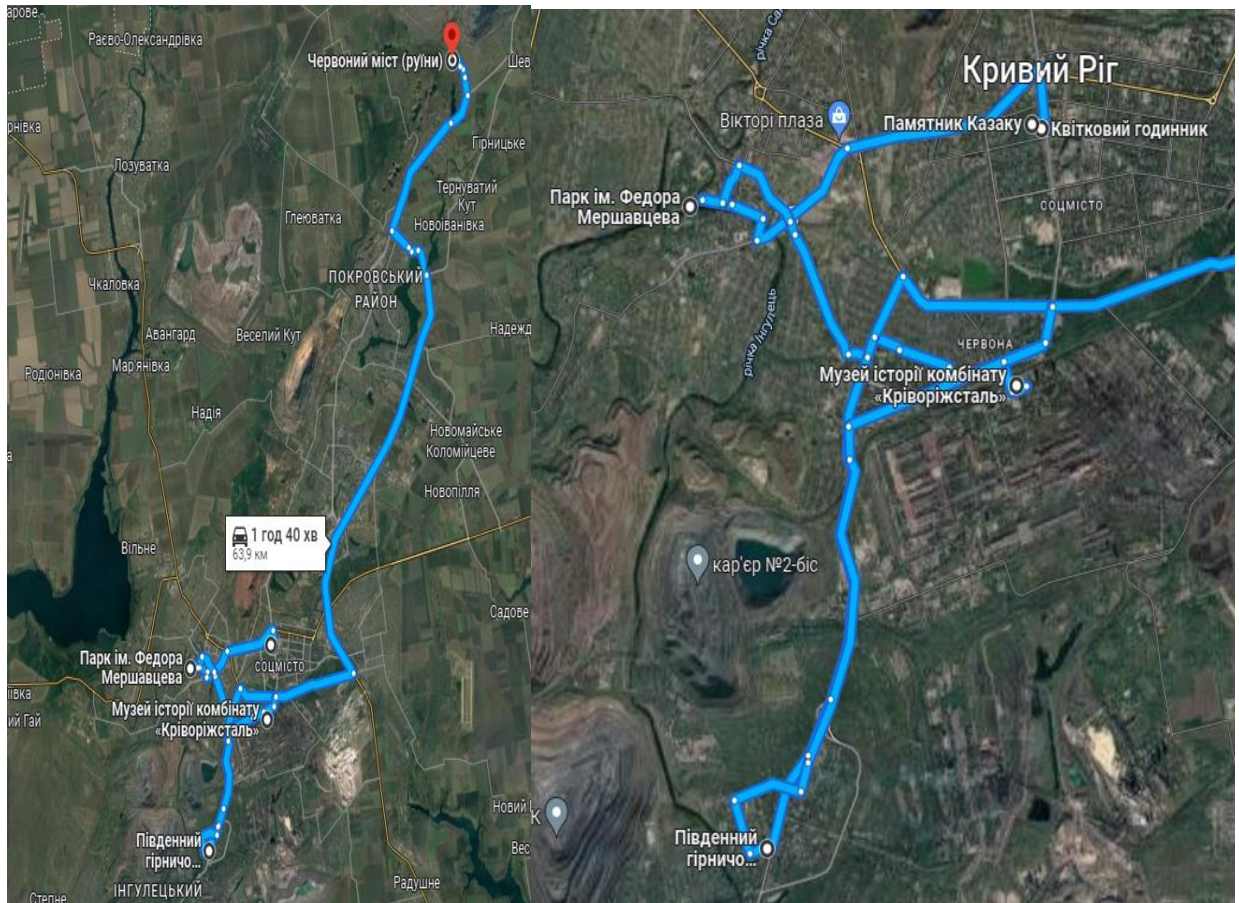


Рис. 3.10. Маршрут квест-екскурсії

Об'єкти квест-екскурсії:

Учасники, перебуваючи будь-де в Кривому Розі, завантажують додаток Urban Quest, відкривають екскурсію «Кривий Ріг знизу вверх» та отримують координати першого об'єкту.

Об'єкт 1. Квітковий годинник

Завдання 1: Що розташовано в центрі годинника?

Відповідь команди: Герб міста Кривого Рогу

Об'єкт 2. Відеогалерея краєзнавчого музею

Завдання 2: Яка назва найвідомішого криворізького футбольного клубу?

Відповідь команди: Кривбасс

Об'єкт 3. Пам'ятник "Козак Кривий Ріг"

Завдання 3: Якого року був заснований Кривий Ріг?

Відповідь команди: 1775 року

Об'єкт 4. Парк імені Федора Мершавцева

Завдання 4: Перевіримо Вас на уважність: яка стара назва парку?

Відповідь команди: Парк імені газети «Правда»

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 5. Музей історії Криворіжсталь (Музей ПАТ АрселорМіттал)

Завдання 5: З чого виготовляють сталь?

Відповідь команди: сплав заліза з вуглецем

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 6. Залізорудний кар'єру ПАТ Південний гірничо-збагачувальний комбінат

Завдання 6: Як називається перше підприємство Кривбасу та Східної Європи з видобутку та збагаченню бідних залізних руд ?

Відповідь команди: Південний гірничо-збагачувальний комбінат

Спуск на діючий горизонт

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 7. Скеледром «Червоний міст».

Детальна програма екскурсій наведена в додатку А.

Наказом Державного комітету України по туризму № 23 від 6 червня 1999 р. утверджені «Методичні рекомендації щодо обліку витрат, які і до собівартості туристичного продукту та порядок формування фінансових результатів, що враховуються при оподаткуванні прибутку Крім туристичної діяльності». У зазначених методичних рекомендаціях складено детальну класифікацію витрат суб'єктів туристичної діяльності за елементами та статтями витрат, формування фінансових результатів у суб'єктів туристичної діяльності, калькулювання собівартості туристсько-екскурсійних послуг за різними видами обслуговування.

Таким чином, розрахуємо вартість розробленого туристичного продукту.

Таблиця 3.3.

Вартість квест-екскурсії «Кривий Ріг знизу вверху»

Стаття витрат	Вартість, грн. на особу	Вартість, грн. на групу з 8 туристів
Створення екскурсії в платформі Urban Quest. Urban Quest	100	800
Транспорт по маршруту	188	1500
Музей історії Криворіжсталь	30	240
Залізорудний кар'єр ПАТ Південний гірничо-збагачувальний комбінат	30	240
Послуги гідів	188	1500
Страховка для туристів	100	800
Собівартість квест-екскурсії	636	5088
Націнка 10% для туроператорів	64	512
Загальна вартість квест-екскурсії	700	5600

Вважаємо, що впровадження даної екскурсії дозволить популяризувати індустріальний туризм в Дніпропетровській області.

ВИСНОВКИ

Отже, в результаті дослідження можемо зробити наступні висновки:

1. Індустріальний туризм - це вид туризму, метою якого є об'їзд існуючих (або тих, що раніше працювали) промислових підприємств чи виробничих об'єктів з метою задоволення навчальних, пізнавальних та інших інтересів; це ефективна реклама існуючих вітчизняних компаній, яка не потребує вкладень, та ефективний спосіб отримання додаткового доходу за рахунок підвищення попиту на туристичні послуги туристів в Україні.

Враховуючи велику кількість промислових об'єктів, розташованих в Україні, доцільно вивчати об'єкти індустріального туризму та розробляти методику вивчення індустріального туризму.

2. З моменту виникнення ринку промислових туристичних послуг в Україні (з середини 1990-х років) кількість промислових туристичних об'єктів постійно збільшується. На початку XIX ст. на український ринок промислових туристичних послуг було представлено 42 об'єкти, серед яких: потужні функціональні компанії різного профілю, система унікальних гірських ландшафтів, історико-культурні об'єкти індустріалізації. Таким чином, індустріальний туризм зосереджений в промислових регіонах країни і повинен знайомити туристів з промисловими ландшафтами, витворами промислової архітектури, відвідувати працюючі виробництва для задоволення пізнавальних, професійних і ділових потреб та інтересів.

3. В Україні процес формування та організації індустріальних екскурсій знаходиться на початковій стадії розвитку та охоплює практично всі промислові регіони. Територія України має низку промислових ландшафтів та об'єктів індустріального туризму. Вважаємо, що після закінчення війни на території України збільшиться попит на такий вид туризму, як індустріальний, що в свою чергу збільшить кількість нових реавіталізаційних об'єктів.

4. Нині Дніпропетровська область для багатьох є великим промисловим центром всієї України, але він також пропонує безліч туристичних об'єктів. Наприклад, пам'ятки Катеринославщини вже давно привертають увагу як видатних письменників, художників, інших видатних особистостей, так і численних туристів. Крім історико–географічних (відвідування святинь, історичних пам'яток), гідрологічних і бальнеологічних (відпочинок у Солоному Лимані та Дніпровських водосховищах), геологічних (Волоські скелі), мінералогічних, геоботанічних та екологічних видів туризму, Дніпровський регіон може запропонувати потенційним туристам знайомство зі своїм промисловим комплексом, що є одним з найбільших в країні і унікальним за деякими параметрам.

Дніпропетровська область має відмінні можливості для надання практично всіх видів туризму відповідно до географічних і якісних характеристик. Це стосується як іноземного, так і міжрегіонального та місцевого туризму, який може мати «класичний» характер екскурсійно-ознайомчих турів, а може бути власне рекреаційним, лікувально-оздоровчим, спортивним (зокрема, водноспортивним), краєзнавчим, зеленим (відпочинок/праця у сільських садибах), мисливським або рибальським і навіть екстремальним (військовим). Все це (за винятком військового туризму) пропонується місцевими туристичними компаніями.

Але і зелений, і мисливсько-рибальський й значною мірою індустріальний туризм є екзотикою для місцевого споживача. Причини цього полягають в тому, що,

- по-перше, споживач просто не має звички користуватися нетрадиційними туристичними послугами.

- по-друге, рівень платоспроможності більшості населення регіону не дає можливості скористатися послугами туристичних компаній, і платоспроможний клієнт вважає за краще провести відпустку в Карпатах або Закарпатті.

5. Сьогодні Дніпро пропонує безліч екскурсійних і туристичних маршрутів, різні програми перебування – екскурсії, відвідування театрів, спортивні заходи тощо. І регіону, і місту Дніпру є що запропонувати відвідувачам – ви можете переконатися в цьому, ознайомившись, наприклад, з ресурсами Інтернет-сайтів. Пам'ятки регіону здавна привертають увагу як видатних письменників, художників, видатних особистостей, так і численних туристів. Крім історико-географічних, гідрологічних і бальнеологічних, геологічних, мінералогічних, геоботанічних та екологічних видів туризму, Дніпровський регіон може запропонувати потенційним туристам знайомство зі своїм промисловим комплексом, що є одним з найбільших в державі і унікальним за деякими параметрами.

Після проведеного SWOT-аналізу, можна зробити висновок: доцільність розвитку індустріального туризму в Дніпропетровській області має як недоліки, так і переваги. Якщо не зважати на нинішню складну ситуацію в країні та витікаючи з цього обмеження та загрози, то індустріальний туризм в Дніпропетровській області може стати джерелом економічного, туристичного та дозвілєвого розвитку регіону та, загалом, може бути в значній мірі рентабельним.

Таким чином, якщо Дніпровщина буде рухатися в напрямку розвитку індустріального туризму, який, до речі, набирає все більших обертів як у світі (Китай, Німеччина, США, Австралія, Нідерланди), так і в сусідніх регіонах, то у Дніпровського регіону є всі шанси стати лідером індустріального туризму в державі, а її промисловий комплекс дійсно стане візитною карткою країни. Звичайно, лише розуміння перспектив індустріального туризму недостатньо. У цьому випадку, як і в багатьох інших, нічого не можна зробити без значних вкладень. Одним з перспективних механізмів його розвитку може стати створення кластерів-об'єднань різних компаній, таких як банки, страхові компанії, готелі, ресторани, кафе, виробників сувенірної продукції і, власне, туристичних компаній. Створення такого об'єднання (до речі, цей механізм вже широко використовується в світі) дозволяє

фінансувати і реалізовувати навіть дуже амбітні проєкти в сфері туризму, які за інших обставин були б неможливі для кожного окремого учасника.

Звичайно, співпраця між промисловістю і туристичною галуззю тільки починається, але вона повинно бути взаємовигідною. Залучення діючих заводів і фабрик в туристичну мережу регіону, створення реєстру пам'яток промислової архітектури, ідентифікація та облаштування для відвідування історичних гірничодобувних ландшафтів сприятимуть формуванню нового іміджу Дніпропетровської області та нададуть додаткові можливості для залучення туристів.

6. В Дніпропетровській області ревіталізація, як напрямок просторового розвитку розвинено слабо, хоча наявність занедбаних промислових об'єктів відкриває перспективи для цього напрямку. З економічної точки зору слід відразу зазначити, що в умовах повномасштабної війни РФ проти нашої держави, всі проєкти, особливо розважальні заходи і туризм, користуються значно меншим попитом з боку суспільства. Фінансування в більшості випадків направлено на розвиток і підтримку оборонної та соціальної сфери. Тому в даний час будівництво нових рекреаційних об'єктів нерентабельно, а фінансування з боку держави і сторонніх інвесторів практично виключено через те, що розвиток цієї сфери в даний час не на часі. Це означає, що зараз зовнішні економічні фактори несприятливі.

Аналізуючи соціальний аспект, варто зазначити, що загалом мешканці потребують появи нових об'єктів культурно–дозвілєвого формату, що призведе не лише до покращення благоустрою міста, а й до створення нових робочих місць для мешканців, а представникам малого та середнього бізнесу – полігону для реалізації власного продукту. Однак, на жаль, в даний час ця потреба нівелюється ситуацією в країні, що проявляється в скороченні числа відвідувачів, які бажають відвідувати громадські місця. Тому соціальний аспект в рамках існуючої ситуації є скоріше несприятливим.

Аналізуючи технологічний аспект, слід сказати, що в цілому наявні в країні будівельні технології і можливість створення необхідної інфраструктури достатні для реалізації намічених проєктів, оскільки всі проєкти планувалися в рамках наявних і реальних можливостей залучення певних технологій. Однак впровадження певних технологій регулюється виключно наявним бюджетом, призначеним для відновлення старих промислових об'єктів. Отже, цей аспект слід визначати скоріше як нейтральний.

7. Досвід розвинених країн у розробці проєктів впровадження індустріального туризму свідчить про його ефективність як для регіону загалом, так і для конкретного підприємства. Розвиток цього напрямку в регіоні є імпульсом до розвитку малого та середнього бізнесу за рахунок збільшення інвестиційної привабливості та іміджу території, а також сприяє вирішенню питань кадрового забезпечення економіки регіону.

8. Нині на туристичному ринку міст а Дніпра мало представлено турпродуктів з відвідуванням об'єктів активного індустріального туризму. Проаналізувавши туристичний ринок та думки експертів у галузі індустріального туризму, можна зробити висновок, що у місті буде найбільш затребуваний формат тематичної екскурсії.

Нами було проведено комплексне опитування у соціальних мережах з метою виявлення цікавості у жителів до відвідування індустріальних екскурсій в Дніпропетровській області.

Виходячи з дослідження, пропонується розробка нового турпродукту з метою популяризації індустріального туризму та організації дозвілля мешканців та гостей міста Дніпра, а саме міської квест-екскурсії, з елементами індустріального туризму.

Вважаємо, що впровадження даної екскурсії дозволить популяризувати індустріальний туризм в Дніпропетровській області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник. Київ: Знання, 2010. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vokrug-sveta.com.ua/biblio/menegmentturizma.html>
2. Державне агентство України з управління зоною відчуження. Офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dazv.gov.u>
3. Пацюк В.С. Економічна та соціальна географія. 2014. Вип.2(70). С.228-236. Індустріальний туризм як інструмент формування туристичної привабливості промислових регіонів [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/pacjuk4.htm
4. Казаков В.Л., Казакова Т.А., Завальнюк О.Й. Техногенний туризм у системі природокористування. Екологія і раціональне природокористування: Зб. наук. праць Сумського держ. пед. ун-ту. 2006. 244 с.
5. Пацюк В. С. Історія розвитку індустріального туризму за рубежом. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Регіон – 2009: суспільно-географічні аспекти» (23-24 квітня 2009 року, м. Харків) / Гол. ред. колегії К.А. Немець. // РВВ Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Харків, 2009. С. 214-217.
6. Чередниченко О. Ю. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://infotour.in.ua/statti_ukr/cherednychenko.htm.
7. Данильчук В. Ф. Особливості формування та розвитку туристичних підприємств: монографія. Ін-т економіки пром-сті. Донецьк, 2006. 240 с.
8. Кошель В. О. Розвиток Європейського ринку послуг промислового туризму. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Кривий Ріг, 2017. 242 с.

9. Пацюк В. С. Індустріальний туризм як інструмент формування туристичної привабливості промислових регіонів (на прикладі Кривого Рогу) Економічна та соціальна географія, 2014. Вип.2. С.228-236. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esg_2014_2_31.
10. Tim Dodd, Veronique Bigotte , Perceptual Differences Among Visitor Groups to Wineries, Texas Tech University in Lubbock, 1997
11. Frew, Elspeth Ann (2000) Industrial Tourism: A Conceptual and Empirical Analysis. PhD thesis, Victoria University.
12. Dietrich Soyez Industrietourismus, 1986 . Erdkunde Band № 40/1986
13. ean-René Morice, La visite d'entreprise en Europe. Un champ à explorer, 2006 Espaces tourisme & loisirs in cahier Espaces n°92
14. Alexander Otgaar Industrial Tourism: Where the Public Meets the Private. Erasmus Research Institute of Management – ER, 2010
15. Сорочан В. О. Етапи розвитку промислового туризму в Україні. Економіка і управління в XXI столітті: аналіз тенденцій та перспектив розвитку: збірник тез доповідей II міжнар. наук.-практ. конф., 30 березня 2016 р. Київ-Будапешт-Відень: Фінансово-економічна наукова рада, 2016. С. 44-46.
16. Сорочан В. О. Аналіз ринку послуг промислового туризму в Україні. Актуальні проблеми економіки, 2015. №12. С.136-145
17. Абрамов В. В., Тонокошкур М. В. Історія туризму: Підручник. Х.: ХНАМГ, 2010. 294 с.
18. Казаков В.Л. Системний підхід до розвитку індустріального туризму (на прикладі Кривого Рогу) // Збалансований розвиток туристичних 75 регіонів: національний і світовий досвід: зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 25-26 квітня 2013 р.) – Львів: Ліга-Прес, 2013. – С. 218-220
19. Арт-завод «Платформа» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://artzavodplatforma.com/>
20. Арт-центр Closer [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://funtime.kiev.ua/kreativnie-prostranstva/art-centr-closer>

21. Unit.City [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://unit.city/>
22. Fest Republic [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.fest.lviv.ua/uk/projects/festrepublik/>
23. «Промприлад.Реновація» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://promprylad.ua/ua/>
24. Ревіталізовані: Топ-6 промислових об'єктів України, які отримали нове життя [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://discover.ua/inspiration/revitalizovani-top-6-promyslovykh-obyektiv-ukrayiny-otrymaly-nove-zhyttya>
25. Ковальчук С., Задорожний М. Пам'ятки природи Дніпропетровської області: Іл. нарис. Львів.: Каменяр, 2005. 56 с.
26. Любіцева О.О. Туристичні ресурси України: Навч. посіб. / О.О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
27. Афанасьєв О.Є. Дніпропетровщина туристська // Краєзнавство. Географія. Туризм. 2012. №36(761). С. 3–19.
28. Дніпропетровщина: сім туристичних родзинок «нетуристичного» краю. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/29989296.html>
29. Редько В. Є. Перспективи паркового туризму в Дніпропетровській області / Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: серія: економіка і менеджмент: збірник наук. праць. Одеса, 2015. Вип. 13. С. 59-62.
30. Дніпропетровський обласний центр з охорони історико-культурних цінностей [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://docop.dp.ua/>.
31. Орнаменти відомого розпису з села Петриківка. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/25203117.html>
32. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг : Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.10.01 / Ю.Б. Забалдіна; Наук.-дослід. екон. ін-т М-ва економіки України. Київ, 2016. 20 с.

33. Дніпропетровщина Туристична. URL : <https://www.facebook.com/DniproRegionTourism/>
34. Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid>.
35. Афанасьєв О.Є. Промисловий туризм на Дніпропетровщині: напрями, перспективи та досвід використання / Минуле, сучасне та майбутнє туризму Дніпропетровщини: матеріали обласної відкритої туристсько-краєзнавчої конференції. Дніпропетровськ: ДДЮЦМС, 2006. С. 88-90.
36. Статистичний щорічник Дніпропетровської області за 2018 рік. Дніпро, 2019. 404 с.
37. Чередниченко О.Ю. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/cherednychenko.htm.
38. Кулеш В.Г. Промисловий туризм як основа формування туристичного бренду індустріального регіону / Вісник ДІТБ. 2012. №16. С.109-114.
39. Мешко Н.П. Розвиток промислового туризму як напрям у міжнародному туристичному іміджі Дніпропетровського регіону / Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Світове господарство і міжнародні економічні відносини». 2015. Вип. 7. С. 40 – 47.
40. Пацюк В.С. Індустріальний туризм як інструмент формування туристичної привабливості промислових регіонів (на прикладі Кривого Рогу) / Економічна та соціальна географія. 2014. Вип. 2. С. 228-236.
41. Афанасьєв О.Є. Світовий досвід розвитку промислового туризму та його перспективи на Дніпропетровщині / Індустріальна спадщина в культурі і ландшафті: Матеріали II всеукраїнської наукової конференції. Київ ДАКККіМ, 2007. С.205-211.

42. Дніпропетровськ: минуле і сучасне / А. К. Фоменко, М. П. Чабан, В. І. Лазебник та ін. Д.: ВАТ «Дніпрокнига», 2001. 584 с.
43. Матушко М.С. Екскурсійні об'єкти Кривбасу / Географічні дослідження Кривбасу. Матеріали кафедральних науково-дослідних тем. Вип. 4. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2009. С. 144 – 146.
44. Географія. Економіка. Екологія. Туризм: регіональні студії: зб. наук. пр. Вип. 2 / Ред.: І.В. Смаль; Ніжин. держ. ун-т ім. М.Гоголя. Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2018. 196 с.
45. Бейдик О. О. Індустріальна спадщина: світовий та національний вимір / Індустріальна спадщина в культурі і ландшафті: Матеріали III Міжнар. наук. конф. (м. Кривий Ріг, 1–4.10.2008). Ч.1. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2008. С. 24-29.
46. Казаков В. Л. Екскурсійний потенціал міста Кривого Рогу як передумова становлення туризму в промисловому регіоні: Стратегія розвитку національного туризму і його кадрове забезпечення. Київ, 2015. с. 88-92.
47. Казаков В. М. Техногенний туризм в системі природокористування / В. М. Казаков, І. І. Мещанін, Т. А. Казакова, О. Й. Завальнюк // Екологія і раціональне природокористування: Збірник наук. праць Сумського держ. педуніверситету ім. А. С. Макаренка. 2006. с. 221–229.
48. Шутка І. Другий шанс. Як і навіщо міста ревіталізують занедбані об'єкти. Куфер. 2019. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kufer.media/misto/drugyj-shans-yak-i-navishho-mista-revitalizovuyut-zanedbani-ob-yekty>
49. Мещерякова О.М. Ревіталізація урбанізованих територій / О. М. Мещерякова / Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/index.php/arts-architecture-and-construction-314/urban-planning-and-landscape-architecture-314/23358-314-571>
50. Приклади ревіталізації в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://euprostit.org.ua/practices/144084>

51. Сич О. А. Ревіталізація як механізм забезпечення сталого розвитку міст. Львів: Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України, 2014. С. 208–214

52. Казакова Т. А. Потенціал гірничопромислових ландшафтів Кривбасу для цілей спортивного туризму / Туристична індустрія: сучасний стан та пріоритети розвитку: матер. IV Міжнар. наук-практ. Конф. Вип. 4. Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ ім. Т. Шевченка», 2009. С. 55-61.

53. Орловський В.М. Залізородна промисловість України в дореволюційний період. Київ, 1974. 240 с.

54. Гірничий енциклопедичний словник : у 3 т. / за ред. В. С. Білецького. Дніпропетровськ: Східний видавничий дім, 2004. Т. 3. 752 с.

55. У Кривому Розі буде створено інтерактивний індустриальний музей і науково-освітній Експериментаріум, - Дмитро Шевчик. [Електронний ресурс] – Режим доступу:<https://krivbass.city/news/view/u-krivomu-rozi-bude-stvoreno-interaktivnij-industrialnij-muzej-i-naukovo-osvitnij-eksperimentariumdmitro-shevchik>

56. Індустриальний туризм: реалії та перспективи: Матеріали I-го Міжнародного науково-практичного форуму / Редкол.: Я.В. Шрамко, В.Л. Казаков та ін.. Кривий Ріг: Вид. Р.А. Козлов, 2013. 228 с.

57. Свірідова Н.Д. Роль та значення індустриального туризму для соціально-економічного розвитку регіону / Український часопис XXI. 2010. № 9 – 10. С. 30 – 32.

58. Otgaar A. Industrial tourism: Where the Public Meets the Private. Rotterdam: Erasmus University of Rotterdam, 2014. 260 p.

59. Boros L. Industrial tourism – trends and opportunities / Forum Geographic / ed. by Studiisicercetari de geografiesiprotectiamediuului. Hungary, 2013. P. 108–114.

60. Промисловий (індустріальний) туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу:

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd3buUfjPqxsGvBh7fvQZ7QNrE19QHZgXBdjdV7s2CTByZi7g/viewform>

61. Щербакова Т.І. Традиційні та інноваційні підходи до організації екскурсійної діяльності / Сучасні методичні аспекти екологічної освіти, Вип. 3, 2006. С. 80-84.

62. Піскунова Ю.О. Квест-екскурсія як інноваційна форма екскурсійної діяльності / Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України" (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. С. 853-856.

ДОДАТКИ

Додаток А

Програма екскурсії

Міська квест-екскурсія з елементами екстриму «Кривий Ріг знизу вверх»

Учасники перебуваючи будь-де в Кривому Розі завантажують додаток Urban Quest, відкривають екскурсію «Кривий Ріг знизу вверху» та отримують координати першого об'єкту.

Об'єкт 1. Квітковий годинник



Повідомлення для учасників: Квітковий годинник у Кривому Розі відкрили 2011 року, з нагоди 20-річчя незалежності України. Він є найбільшим у Європі. Діаметр циферблата становить 22 метри, довжина годинникової стрілки – 8, а хвилиної – 12,5 метра. Незвичайний механізм зайняв відповідне місце – посеред облаштованого в європейському стилі парку Героїв на проспекті Металургів.

Основою композиції став герб міста Кривого Рогу, розташований на темно-зеленому тлі. Малюнок створений за допомогою понад 22 тисяч квітів:

петуній, бегоній, колеусів, цинерарій. Ажурні об'ємні стрілки виконані у вигляді світлових коробів, які рухаються монорейкою. Уночі вся краса рослин та механізму підсвічується сотнями ліхтариків. Квітковий годинник запускають за допомогою електронної системи. Щогодини лунає мелодійний бій механізму.

Завдання 1: Що розташовано в центрі годинника?

Відповідь команди: Герб міста Кривого Рогу

Об'єкт 2. Відеогалерея краєзнавчого музею



Повідомлення для учасників: Це перша Відеогалерея в Україні, яка має чималий масштаб та цікаву концепцію. Під найбільшим в світі квітковим годинником побудована галерея, де демонструють ролики про футбольний клуб Кривбас, про історію Кривого Рогу та самої України. В інтерактивному музеї встановлено сучасне мультимедійне обладнання, за допомогою якого на великому екрані, проєктуються фільми, як у форматі 3D, так і в звичайному. Розробники та ініціатори самої галереї максимально створили ефект 3D, який неодмінно занурить глядача у віртуальну реальність. Дана галерея демонструє те, що нові технології удосконалюються дуже швидко та прогресують з неабияким масштабом. Також в галереї діє “Творчий проєкт” –

віртуальна художня галерея. На екранах демонструють полотна великих українських художників другої половини ХХ ст.

Завдання 2: Яка назва найвідомішого криворізького футбольного клубу?

Відповідь команди: Кривбасс

Об'єкт 3. Пам'ятник "Козак Кривий Ріг"



Повідомлення для учасників: Пам'ятник присвячений легендарному засновнику міста – козаку Рогу.

За задумом авторів, пам'ятник зображує історичний момент, коли козак спішився з коня в місці з'єднання річок Інгулець і Саксагань. За легендою, саме тут оселився Ріг. Згодом навколо його хутора утворилося поселення, що дало початок місту. Щоправда, пам'ятник встановили не в історичній частині міста, а біля міської ради.

Задум про встановлення пам'ятника козаку Рогу виник ще в 1970-х роках на честь 200-річного ювілею створення міста. Але тоді ідею не схвалили. Уже в кінці 80-х міський голова Кривого Рогу замовив скульптурну композицію Олександрі Васякіну, заслуженому художнику УРСР. За задумом, скульптур мало бути дві. Одна присвячена засновникові

міста, друга – річкам, на яких стоїть Кривий Ріг. Але через розвал Радянського Союзу проект заморозили. Довгі 20 років форма для статуї козака припадала пилом в підвалі скульптора Васякіна.

Довгоочікуване відкриття скульптури відбулося в 2011 році. Фігуру козака виготовили з бронзи, її вага становить 3 тонни. Символічно, що постамент, на якому стоїть Ріг– це брила залізної руди, яку доставили з тутешнього кар'єру. Її вага – 62 тонни. Разом з постаментом висота пам'ятника досягає 5 метрів.

Завдання 4: Якого року був заснований Кривий Ріг?

Відповідь команди: 1775 року

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 5. Парк імені Федора Мершавцева



Повідомлення для учасників: Парк імені Федора Мершавцева у Кривому Розі (раніше парк імені газети «Правда») – пам'ятка садово-паркового мистецтва регіонального значення, розташована між річками Інгулець та Саксагань, із площею у 36 га. Він є чи не найстарішим у місті та улюбленим місцем відпочинку криворіжців.

Історія парку

Заснував парк дворянин, капітан-лейтенант Імператорського флоту, учасник Кримської війни Федір Матвійович Мершавцев у кінці 19 століття. Після звільнення зі служби він збудував перший у Кривому Розі двоповерховий будинок із червоної цегли. На жаль, до сьогодні споруда не дожила – залишилися тільки руїни.

Навколо дому власник почав висаджувати сад. Здебільшого це були фруктові дерева: яблуні, груші, вишні, сливи, абрикоси. Від будинку до річки Інгулець вела центральна алея новоствореного парку, шириною у понад 4 метри. По обидва боки її росли лише вишні. Це був перший у місті парк-сад, куди пускали вільно та безкоштовно. Також містянам дозволяли абсолютно безоплатно збирати урожай із фруктових дерев.

1903 року тут побудували фонтан та атракціони: каруселі, човнову станцію. У цьому ж році Федір Мершавцев помер і сад залишився без господаря. Після революції 1917 року парк перебував у жахливому стані – більшість дерев вирубали, територію не доглядали. 1920 року його перетворили на міський сад, а з 1932 і до 2016 року – на парк імені газети «Правда».

Пам'ятки парку імені Федора Мершавцева

Як і в більшості найкращих міських парків, центральне місце тут займає фонтан. Це територія відпочинку, зустрічей та фотосесій. На 36 га розміщено безліч відпочинкових зон, скульптур:

Дитячий майданчик із атракціонами, каруселями, різними розвагами.

- Човнова станція – прекрасне місце відпочинку з можливістю прокату плавальних засобів.
- Пляж – унікальна місцина, де можна провести спекотній літній день біля річки і водночас – поруч із зеленими парковими насадженнями. Місцеві жителі пишаються пляжем, часто порівнюючи відпочинок тут і на морі.

- Мотузковий парк – чудово підходить для активного відпочинку. Тут можна навчитися спортивного орієнтування, винайняти професійне спорядження.

Сьогодні парк став зоною відпочинку та проведення різноманітних заходів. Це сімейні квести, фаср-шоу, лекції, заняття з йоги. В арт-альтанці відбуваються благодійні музично-віршовані зустрічі.

Цікаві факти

Мало хто з місцевих жителів знає історію парку та його засновника. Ось деякі цікаві факти з життя Федора Мершавцева та його творіння: На свято Івана Купала тут проводять фестиваль «У пошуках квітки Мершавцева». На заході організовують квести, лекції з історії парку та купальських традицій, стилізовані фотозони. Засновник парку був учасником двох навколосвітніх подорожей. На початках у саду переважали вишні різних сортів, привезені з Європи. До сьогодні тут збереглися дерева, висаджені ще засновником парку.

Завдання 5: Перевіримо Вас на уважність: яка стара назва парку?

Відповідь команди: Парк імені газети «Правда»

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 6. Музей історії Криворіжсталь (Музей ПАТ АрселорМіттал)



Повідомлення для учасників: ПАТ «АрселорМіттал» (колишній «Криворіжсталь») у Кривому Розі є одним із найбільших підприємств, які виготовляють сталь. Звісно ж, у такого великого комбінату є своя історія, яку вам залюбки розкажуть у залах музею історії «Криворіжсталь».

Історія музею

У 1984 році вперше перед відвідувачами відчинив двері музей історії «Криворіжсталь». Варто зазначити, що площа музею складає 770 квадратних метрів. У музеї зберігається близько 5000 експонатів.

Зали музею «АрселорМіттал»

У першому залі ми дізнаємось історію підприємства «Криворіжсталь». Будівництво комбінату розпочалось у 1931 році на базі Криворізького залізорудного басейну, який для зручності називають Кривбасом. 4 серпня 1934 року почала працювати перша доменна піч. Коли Друга світова війна дійшла до Кривого Рогу, усе устаткування із комбінату евакуювали до Нижнього Тагілу на Уралі. Під час окупації міста нацистськими військами «Криворіжсталь» була зруйнована. Уже по закінченню війни підприємство реконструювали та розширили.

Другий зал присвячений досягненням сучасності. Найцікавішим тут є експозиційний стенд, присвячений полярнику Миколі Маковію. Тут ви зможете побачити його спеціальні костюми та фото з експедицій. Пан Маковій особисто передав свої речі спеціально у музей історії «Криворіжсталь».

Далі – третій зал, який називають виробничим. Посеред зали розташовується макет «Криворіжсталі». Завдяки йому можна оцінити, наскільки цей комбінат величезний.

Завдання 6: З чого виготовляють сталь?

Відповідь команди: сплав заліза з вуглецем

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 7. Залізорудний кар'єру ПАТ Південний гірничо-збагачувальний комбінат



Повідомлення для учасників: Південний гірничо-збагачувальний комбінат - перше підприємство серед країн Східної Європи з видобутку відкритим способом і збагачення магнетитових кварцитів з низьким вмістом заліза з отриманням залізорудного концентрату та доменного агломерату.

Комбінат побудували в дуже стислі терміни. У 1952 році затвердили проектне завдання, а вже 27 липня 1955 року виробили першу тону концентрату (через 2 місяці - першу тону агломерату).

Річна продуктивність першої черги комбінату по сирій руді склала 9 млн тон, концентрату - 4 млн 446 тис. тон і агломерату - 2 млн 625 тис. тон. У 1961 році ввели в експлуатацію другу чергу комбінату.

Трудовому колективу Південного ДГЗК довелося стати першовідкривачем в масштабах всієї гірничорудної галузі країни. Своєю працею та завзятістю доводити життєздатність багатьох наукових розробок, освоювати технології та випробувати нове гірничо-збагачувальне устаткування, яке ще вчора жило в умах інженерів і проектувальників.

Аналогічних підприємств в Східній Європі не існувало. Так що Південний ГЗК став експериментальним промисловим майданчиком, де з ювелірною точністю відточувалися майстерність буровибухових робіт і технології збагачення руди. Через роки досвід Південного ГЗК став незамінним при введенні в експлуатацію споріднених підприємств по всій країні.

Саме на Південному ГЗК вперше в СРСР стали застосовувати в кар'єрі верстати вогневого та шарошечного буріння, впровадили короткоуповільнене підривання при проведенні масових вибухів, освоїли багатостадійну схему збагачення магнетитових кварцитів, провели перші промислові випробування збагачення окислених руд, відпрацювали принципову схему виробництва залізорудних окатишів.

Південний ГЗК став справжньою кузницею висококваліфікованих кадрів. Фахівці підприємства згодом «піднімали» криворізькі ГЗК, що будували в 60-і роки, займали керівні пости на інших промислових підприємствах і в держапараті країни.

За минулі шість десятиліть років югоківцям довелося пережити різні часи – від рекордних виробничих показників в 80-х роках, до колосального спаду виробництва в 90-х та його стабілізації в 2000-х.

Сьогодні у підприємства знову період підйому. Реалізується довгострокова інвестиційна програма, впроваджуються соціальні проекти, які дають привід говорити про Південний ГЗК як про успішне, сучасне, соціально орієнтоване підприємство. В тому числі, завдяки соціальним інвестиціям підприємства житловий масив Південного ГЗК нині - один із найзатишніших і мальовничих куточків Кривого Рогу.

Завдання 7: Як називається перше підприємство Кривбасу та Східної Європи з видобутку та збагаченню бідних залізних руд ?

**Відповідь команди: Південний гірничо-збагачувальний комбінат
Спуск на діючий горизонт**

Трансфер на наступний об'єкт (водієві потрібно показати координати).

Об'єкт 8. Скеледром «Червоний міст»



Повідомлення для учасників: До складу руїни Червоного мосту, що розташовується у балці Північній Червоній входить дві колони висотою близько 30-ти метрів та 4 «бика» (два з них належать до другого мосту зустрічної смуги залізниці). Один із мостів був побудований в 1898 році і з'єднував рудник Калачевського з центром міста. Зруйнували міст, за різними даними, після Другої світової війни або вже в 1950-ті роки. З руїн Червоного мосту відкривається чудова панорама на балку та місто вцілому. А в арках мосту, під самою стелею, звисають маленькі «сталактити» з напливів вапна, які щільно зцементовані з камінням.

Організатори скеледрому «Червоний міст» забезпечують страхувальними системами, спеціальним взуттям та координують безпечний підйом на висоту.

Вас нагодують кашею та теплим чаєм, є зона відпочинку, місток через невеликий водотік в центрі балки, площадка для кемпінгу, зона для паркування та додаткові елементи місцевої інфраструктури.

Завдання 8: Вам сподобалась наша екскурсія ?

Відповідь команди: ТАК!!!!

Трансфер до центру міста

На цьому квест-екскурсія завершується

Наукова стаття

ISSN 2312-847X ЕКОНОМІКА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ Том 13, Випуск 4/2021

УДК 351/321:323
DOI 10.15673/fe.v13i4.2192**Добрянська Н.А.**доктор економічних наук, професор
кафедра туристичного бізнесу і рекреації
E-mail: semen-198@te.net.ua
ORCID ID: 0000-0002-0826-8840**Ніколюк О.В.**доктор економічних наук, професор
кафедра публічного управління
та адміністрування
Email: alenavn11@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-1665-0361**Саркісян Г.О.**доктор економічних наук, професор
кафедра туристичного бізнесу і рекреації
E-mail: anutasark@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-7362-3637**Сланська К.В.**магістрант
кафедра туристичного бізнесу і рекреації
Одеська національна академія харчових
технологій
вул. Канатна 112, м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: elanskayakatya@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8584-4709**АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ:
ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

Індустрія гостинності є однією з найактивніших у світі, тому завжди змінюється та перебуває у пошуках нового. У статті досліджено стан сучасного ринку готельних послуг, проаналізовано сучасні світові тенденції індустрії гостинності. Окреслено питому вагу ночівлі туристів в закладах розміщення Європейського регіону, для детального аналізу були використані показники Євростату. Так більшість припадає на готелі та схожі заклади розміщення, а найменша кількість на кемпінги та трейлери. Проведено аналіз динаміки показників кількості ночівель, які провели туристи в закладах розміщення в Європейському регіоні, в результаті, в період з 2010 по 2019 роки, спостерігається позитивна динаміка. Визначено, що під впливом пандемії COVID-19, змінились побажання, щодо споживання готельних послуг, більшість клієнтів закладів розміщення бажають бачити збільшення кількості прибирань та дезінфекції приміщення, дотримання соціальної дистанції та тимчасове припинення деяких видів готельного сервісу: СПА, казино, ресторан. Розглянуто, що сьогодні велика кількість мандрівників під час бронювання віддає перевагу мобільним додаткам готелю, а лівова частка бронювань здійснюється через мобільні пристрої. Прогнозується, що скоро третина замовлень турів буде здійснюватися також через мобільні пристрої. Обрані шляхи для покращення функціонування ринку готельних послуг

Ключові слова: туризм, ринок готельних послуг, індустрія гостинності, готель, бронювання, мобільний додаток.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Міжнародний ринок готельних послуг постійно змінюється під впливом різних чинників: глобалізація, посилення автоматизації технологічних процесів, створення інноваційних технологій, пандемія COVID-19. Тому проблематика ринку готельних послуг та його модернізація будуть завжди актуальні. Цей ринок потребує постійного моніторингу даних для розробки рішень щодо покращення процесу надання послуг у сфері гостинності. При розробці рішень щодо покращення сервісу необхідно приділяти увагу сучасним світовим тенденціям аби бути готовим у будь-який час задовольнити бажання клієнтів.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Дослідження питання розвитку міжнародного ринку готельних послуг, аналізом статистичних даних, еволюцією готельної індустрії займаються багато вчених, серед них Мезькова С. С. [1], Щетнініна К.І. [2]

Михайличенко К. І. [1], Шевченко С. І. [1]. Внесок у дослідження ринку готельних послуг здійснили Гарбера О.С. [3], Посохов С.І. [4]. Зарубіжні науковці також також зробили внесок в аналіз функціонування ринку, ними є Дж. Уокер, Ед. Коен, К. Енертон-Томас, Тахірі А [17], Лекікі Б. [17].

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є дослідження сучасного стану ринку готельних послуг, аналіз тенденції ринку та розроблені рекомендації щодо покращення надання готельних послуг.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Немає чіткого поняття, що таке ринок, але як зазначає Дж. Хоук, ринок – це сукупність фактичних або потенційних покушців і продавців певного товару або послуг. Взаємодія цих покушців та продавців породжує набір взаємопов'язаних цін та умов продажу або послуг. Принципи чи факти, що визначають які покушці та продавці перебувають на тому

чи іншому виді ринку, визначають ринок просторово, часово та політично [15]. Тобто ринок готельних послуг – це сукупність фактичних або потенційних споживачів і готельних підприємств-виробників певного товару або послуг. Учасниками міжнародного ринку готельних послуг є споживачі та виробники індустрії гостинності.

Ринок змінюється на основі різних чинників, а тим паче, під впливом пандемії (COVID-19), тому він потребує постійного моніторингу для розробки рішень щодо покращення якості сервісу в наданні готельних послуг та інтенсивного дослідження. Індустрія гостинності стрімко розвивається завдяки збільшенню попиту на послуги сфери відпочинку, а також збільшенню можливостей для подорожей. В результаті, заклади розміщення стикаються з вибагливою клієнтурою, оскільки вимоги до якості зростають із збільшенням використання готельних послуг, для підвищення конкурентоспроможності готелю важливим є питання лояльності клієнтів.

Учасниками ринку є виробники готельних послуг – готельні підприємства, які мають право на готельну діяльність згідно законодавству; особи, які провадять діяльність з надання посередницьких послуг; споживачі, потенційні клієнти послуг.

За даними «Condor Ferries» індустрія гостинності має тенденцію до зростання тому, що на сьогоднішній день вона налічує понад 700 тис. закладів

розміщення по всьому світу та внесок у світову економіку понад 3,41 млрд. доларів США. У 2019 році світова готельна індустрія становила 570 млрд. доларів США.

Зростання купівельної спроможності, бажання подорожувати та зростаюча кількість цифрових впливів сприяють зростанню туристичної індустрії. Мандрівники витрачають понад 840 млрд. доларів на рік на проживання в готелях по всьому світу [5].

Сучасна індустрія гостинності відрізняється від інших суміжних видів діяльності у сфері надання житла безперервним підтриманням якості послуг та обов'язковим впровадженням нових видів послуг, не характерних для готельного бізнесу, а все для підвищення якості базових послуг: розміщення та задоволення потреби сучасних споживачів. Від підвищення якості готельних продуктів і послуг залежить виживання готельного господарства на вимогливому та динамічному ринку та підвищення рівня конкурентоспроможності. Готельні компанії, орієнтовані на якість, а отже, і на задоволення своїх гостей, можуть бути успішними на вимогливому туристичному ринку, адже на прикладі Європейського регіону, за даними Євростату у 2020 році (рис.1), ми можемо бачити, що для ночівлі туристи обирають саме заклади розміщення готельного типу [6].

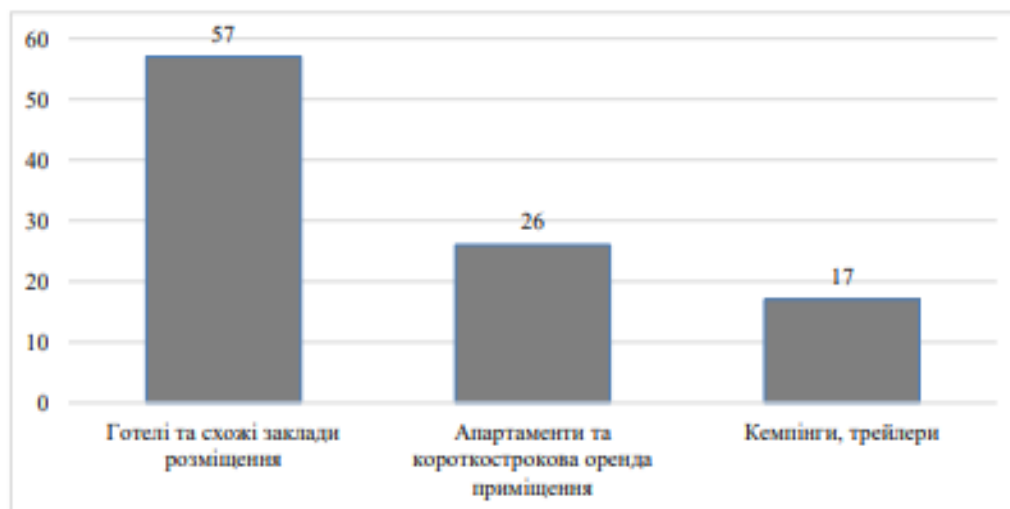


Рис. 1. Питома вага ночівель туристів в закладах розміщення за типами в Європейському регіоні в 2020 році, %

* побудовано автором на основі інформації Євростата [6]

У 2020 році спостерігалось, що більше половини туристів віддають перевагу закладам розміщення готельного типу, чверть обирає апартаменти або приміщення, які можна орендувати на короткий строк, а 17% віддає перевагу кемпінгам та трейлерам.

Індустрія гостинності в ринкових умовах з метою досягнення комерційного ефекту пропонує розміщення та інші готельні послуги, які вона використовує для задоволення потреб і мотивів гостей та відвідувачів, а також для забезпечення рівня життя

свого персоналу та керівництва. Під час тимчасового перебування в готелях, у напрямку обраної туристичної дестинації, готельна індустрія пропонує туристам відпочинок та розслаблення, дає можливість діловим людям налагодити ділові контакти; створює чудові умови для учасників конференцій, семінарів та різноманітних інших професійних, наукових та політичних зустрічей; дає можливість відвідувачам ознайомитись із природними, культурними та історичними пам'ятками; послуги харчування для місцевих жителів,

а також різноманітні розважальні заклади [7-8; 13-14].

Численні тенденції підкреслюють важливість сучасного готельного бізнесу, оскільки сучасний турист не задовольняється лише первинною пропозицією готельних закладів, а вимагає диференційованого та персоналізованого обслуговування, що стає основним мотивом подорожі. А саме, мотиви вже не стосуються виключно відпочинку та інертного проведення вільного часу.

Кожен рік країни-члени ЄС подають до Евростату статистичну інформацію про кількість прибуттів та ночівель резидентів та нерезидентів у закладах розміщення в цілому по країні та в регіональному розрізі.

Аналізуючи дані Евростату, ми можемо бачити тенденцію (рис.2) до збільшення кількості ночівель, які провели туристи в закладах розміщення на прикладі Європейського регіону [9].

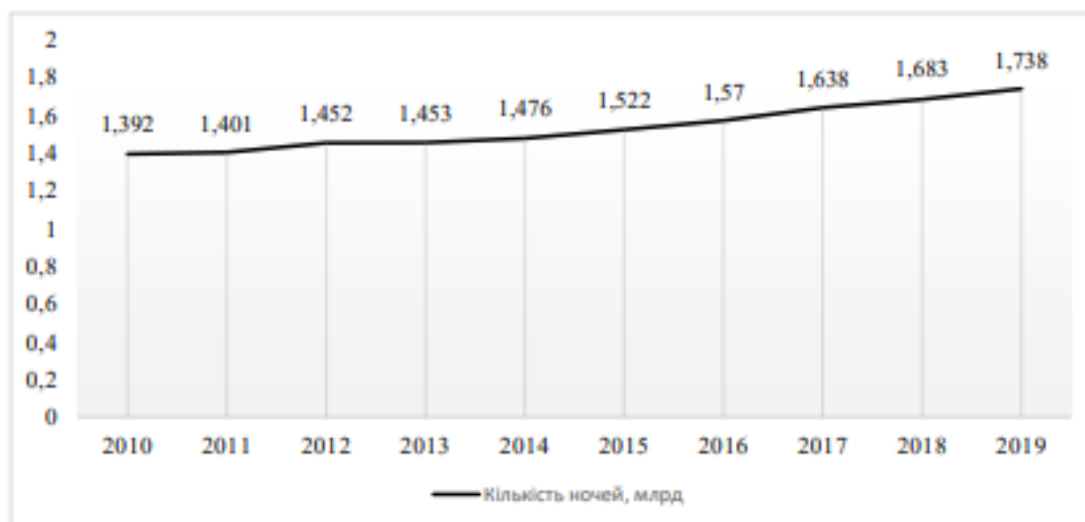


Рис. 2. Динаміка кількості ночівель, які провели туристи в закладах розміщення в Європейському регіоні, млрд. ночей

*побудовано автором на основі інформації Євростата [9]

Тобто за останні дев'ять років ми можемо підрахувати, що кількість ночівель збільшилась на 24%, що може свідчити про те, що розміщення в закладах гостинності досі актуальне та затребуване у туристів. Якби у світі не сталася пандемія коронавірусу (COVID-19), то можна припустити, що кількість ночівель з кожним роком зростала б.

Звичайно, в результаті епідемії коронавірусу (COVID-19) ставлення туристів у світі змінилось, особливо з позиції сприйняття показника комфорту при перебуванні у закладах розміщення. Згідно з опитуванням Statista, станом на травень 2020 року (рис.3) 13% опитуваних висловились, що бажають аби назажди припинили свою діяльність такі види готельного сервісу як казино, спа та ресторан. Проте, 60% опитуваних заявили, що їм було б комфортніше залишатися в готелях після пандемії коронавірусу, якби частіше проводилися процедури очищення та дезінфекції [10].

На нашу думку, можемо сподіватись на продовження зростання попиту на ночівлю в закладах розміщення проте не так стрімко, як було до пандемії коронавірусу (COVID-19).

Конкуренція на готельному ринку послуг – це суперництво між готельними підприємствами за найбільш вигідні умови виробництва і реалізації з метою досягнення матеріальної вигоди. Характер конкуренції на ринку готельних послуг, як і на будь-

якому іншому ринку, залежить від конкурентних сил. Сила цих сил визначає потенціал прибутку, де потенціал прибутку вимірюється з точки зору довгострокової рентабельності вкладених коштів.

Сьогодні налічується велика кількість готельних підприємств. Сьогодні найбільшими готельними мережами світу є «Marriott International» - 7500 закладів проживання; «Jin Jiang» - 10000 закладів; «Hilton Hotels» - 6000 закладів; «InterContinental Hotel Group (IHG)» - 6000 закладів; Wyndham Hotel Group – 8941 заклад [16].

Тому, щоб вижити в сучасних умовах конкуренції готельні мережі закладів розміщення повинні стежити за тенденціями та впроваджувати інновації.

За останні роки, з'явилася велика кількість сучасних, обізнаних мандрівників, і вони очікують, що готелі будуть також вдосконалюватись. Навіть старше покоління тепер добре розбирається у використанні соціальних медіа та мобільних пристроїв – двох речей, які є необхідними у сучасному житті готельної індустрії. Це означає веб-сайти, зручні для мобільних пристроїв, зручну та просту навігацію та зрозумілий і швидкий процес бронювання. Навіть набираючи натхнення для подорожей, люди використовують мобільні технології для перегляду Facebook або Instagram, тому готелі потребують постійної присутності в медіапросторі.



Рис. 3. Опитування респондентів щодо підвищення рівня комфорту клієнтів у готелях в період пандемії коронавірусу (COVID-19) у всьому світі станом на травень 2020 року
* дані сайту Statista [10]

Мобільний зв'язок стає все більш важливим. Клієнти знаходять більше способів вирішення власних запитів. Одним із методів, які вони використовують, є завантаження мобільних додатків. В процесі бронювання готелю, вони сподіваються, що зможуть легко перевірити свої дані та миттєво взаємодіяти з обраним готелем через додаток, а не електронною поштою, телефоном чи веб-сайтом. Так за даними інтернет-ресурсу «Statista», у 2019 році 70% бронювань готелів в останню хвилину здійснювались на мобільних пристроях, а готельний додаток та інші готельні технології впливали на рішення при бронюванні на 70% мандрівників [11]. Інтернет-ресурс «Phocuswright» стверджує, що до 2022 року понад третина замовлень європейських онлайн-турагентств буде здійснюватися через мобільні веб-сайти та додатки [12].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Індустрія подорожей та гостинності більше

не керується традиційними методами. Власники туристичного та готельного бізнесу вже давно автоматизують свої процеси, щоб підвищити продуктивність і задоволеність клієнтів. Результатом стало значне підвищення ефективності надання послуг у всьому світі та більш стандартизований спосіб роботи з клієнтами. Технологія вплинула на ці сектори найбільш позитивним чином.

Тому сьогодні, для успішного функціонування ринку готельних послуг, необхідно впровадження сучасних технологій, таких як створення додатку для готелю; модернізація готелю зсередини: встановлення розумних замків, які можна буде відчиняти за допомогою смартфонів; встановлення голосового помічника зі штучним інтелектом в номерах; залучення віртуальної реальності для більш зручного бронювання номерів; впровадження безконтактної реєстрації.

Література

1. Менькова Е. С., Шевченко Е. И., Михайличенко К. И. Анализ мирового рынка гостиничной отрасли // Современные научные исследования и разработки. 2019. №. 1. С. 689 – 701.
2. Щетинина К. И. Тенденции развития европейского рынка гостиничных услуг: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.14: защита 06.09.2016 г. / Науч. рух. д.э.н., доцент Дементьева А.Г. Москва: МГИМО 2016. 192 с.
3. Гарбера О.С. Світове господарство і міжнародні економічні відносини // Економічний часопис – XXI. 2010. 11 груд. С. 37 – 41.
4. Посохов І.С. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу: міжнародний та національний досвід: колективна монографія / за заг. ред. А.Ю. Парфінєнка. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 412 с. <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13345> (дата звернення: 02.10.2021).
5. Explore Hotel Industry Statistics & Trends including Average Occupancy, Rates, Global Hotel Industry Trends & More: [website]. URL: <https://www.condorferries.co.uk/hotel-industry-statistics> (viewed on: 02.10.2021). Seasonality in the tourist accommodation sector: [website]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics>

explained/index.php?title=Seasonality_in_the_tourist_accommodation_sector#By_accommodation_type (viewed on: 02.10.2021).

6. Seasonality in the tourist accommodation sector: [website]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Seasonality_in_the_tourist_accommodation_sector#By_accommodation_type (viewed on: 02.10.2021).

7. Cerović, Z. *Hotelski menadžment*. Opatija: Fakultet za hotelski i turistički menadžment, 2010. 850 s.

8. Bunja, Đ. *Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu: hotel i hotelijerstvo*. Zagreb: Školska knjiga, 2008. 84 s.

9. Nights spent at tourist accommodation establishments: [website]. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tour_occ_ninatr (viewed on: 02.10.2021).

10. Public opinion on how to improve customer comfort levels in hotels after the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide as of May 2020: [website]. URL: <https://www.statista.com/statistics/1155082/coronavirus-hotels-level-of-comfort-improvement/> (viewed on: 02.10.2021).

11. Top 30 mobile marketing stats for hotels: [website]. URL: <https://www.criton.com/news-hub/30-mobile-marketing-stats-for-hotels-in-2019/> (viewed on: 02.10.2021).

12. Despite challenges, OTA bookings continue to climb in Europe: [website]. URL: <https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2019/Despite-challenges-OTA-bookings-continue-to-climb-in-Europe> (viewed on: 02.10.2021).

13. Dobrianska N., Nikoliuk O., Lebedieva V. Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Avangard United Territorial Community of Odessa region // *Food Industry Economics*. 2019. Vol.11, Issue 3. P. 88-96. doi: 10.15673/fie.v11i3.1466

14. Добрянська Н.А., Попович В.В. «Зелений» туризм як стратегічний напрям соціально-економічного розвитку регіонів України. // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 3 (37). С. 20-28. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No3/20.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.1326369. (дата звернення: 02.10.2021)

15. Houck J.P. «Market»: A Definition for Teaching // *Western Journal of Agricultural Economics*. 1984. С. 353 – 356.

16. Top 10 largest hotel groups of the world: [website]. URL: <https://www.tourism-review.com/top-10-world-largest-hotel-groups-news1988> (viewed on: 02.10.2021).

17. Tahiri A., Kovači L., Lekić B. *Tourism and Hotel Industry: Definition, Concepts and Development – The Case of Kosovo // Quality - Access to Success*. 2021. 22(182). P. 110-115.

Стаття надійшла 17.10.2021

Стаття прийнята до друку 31.10.2021

Доступно в мережі Internet 30.12.21

Dobrianska N.

Doctor of Economics, Professor
Department of Tourism Business and Recreation
E-mail: semen-198@te.net.ua
ORCID ID: 0000-0002-0826-8840

Nikoliuk O.

Doctor of Economics, Professor
Department of Public Administration
Email: alenavn11@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-1665-0361

Sarkisian G.

Doctor of Economics, Professor
Department of Tourism Business and Recreation
E-mail: anutasark@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-7362-3637

Yelanska K.

Undergraduate
Department of Tourism Business and Recreation
Odessa National Academy of Food Technologies
Kanatna str., 112 Odessa, Ukraine, 65039
E-mail: elanskayakatya@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8584-4709

ANALYSIS OF THE INTERNATIONAL MARKET OF HOTEL SERVICES: PROBLEMS AND DEVELOPMENT TRENDS

The article examines the state of the modern hotel services market, analyzes the current global trends in the hospitality industry. The international hotel services market is constantly changing under the influence of various factors: globalization, strengthening of the automation of technological processes, the creation of innovative technologies, the COVID-19 pandemic. Therefore, the issues of the hotel services market and their modernization will always be relevant. This market needs constant monitoring of data to develop solutions to improve the process of providing hospitality services. The share of accommodation stays of tourists in the places of residence of the European region has been indicated, Eurostat indicators were used for the detailed analysis. So most accommodations are in hotels and similar establishments, and

the least number are in camping's and trailers. The modern tendencies of the market, its problems have been reflected. The analysis of the dynamics of the number of nights spent by tourists in restaurants in the European region, has been carried out as a result, in the period from 2010 to 2019, there is a positive trend. It has been determined that under the influence of the COVID-19 pandemic, wishes regarding the consumption of hotel services have changed, most customers want to see an increase in cleaning and disinfection of premises, social distance and temporary cessation of some hotel services: spa, casino, restaurant. It has been analyzed that today a large number of travelers prefer the hotel's mobile applications when booking, and the lion's share of bookings are made via mobile devices. It is projected that soon a third of tour orders will also be made via mobile devices. The ways have been chosen to improve the functioning of the hotel services market.

Key words: tourism, hotel services market, hospitality industry, hotel, booking, mobile application.

References

1. Menkova, E. S., Shevchenko, E. I., & Mihaylichenko, K. I. (2019). Analiz mirovogo ryinka gostinichnoy otrasli. *Sovremennyye Nauchnyye Issledovaniya i Razrabotki*, (1), 689–701.
2. Schetinina, K. I. (2016). *Tendentsii razvitiya evropeyskogo ryinka gostinichnykh uslug* (dissertation: ... kand. ekon. nauk: 08.00.14: zaschita 06.09.2016g., Nauch.ruk. d.e.n., dotsent Dementeva A.G.). MGIMO, Moskva.
3. Harbera, O. Ye. (2010). Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny. *Ekonomichnyi chasopys – XXI*, 37 – 41.
4. Posokhov, I. S. (2017). *Suchasni tendentsii rozvytku hotelno-restorannoho biznesu: mizhnarodnyi ta natsionalnyi dosvid*. (A. Yu. Parfinenko, Ed.). KhNU imeni V.N. Karazina. Retrieved October 2, 2021, from <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/13345>.
5. *Explore Hotel Industry Statistics & Trends including Average Occupancy, Rates, Global Hotel Industry Trends & More*. <https://www.condorferries.co.uk/hotel-industry-statistics>. Retrieved October 2, 2021.
6. *Seasonality in the tourist accommodation sector*. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Seasonality_in_the_tourist_accommodation_sector#By_accommodation_type Retrieved October 2, 2021.
7. Cerović, Z. (2010). *Hotelski menadžment. Opatija: Fakultet za hotelski i turistički menadžment*.
8. Bunja, D. (2008). *Organizacija poslovanja u hotelijerstvu i turizmu: hotel i hotelijerstvo*. Školska knjiga.
9. *Nights spent at tourist accommodation establishments*. https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/tour_occ_ninatr Retrieved October 2, 2021.
10. *Public opinion on how to improve customer comfort levels in hotels after the coronavirus (COVID-19) pandemic worldwide as of May 2020*. <https://www.statista.com/statistics/1155082/coronavirus-hotels-level-of-comfort-improvement/> Retrieved October 2, 2021.
11. *Top 30 mobile marketing stats for hotels*. <https://www.criton.com/news-hub/30-mobile-marketing-stats-for-hotels-in-2019/> Retrieved October 2, 2021.
12. *Despite challenges, OTA bookings continue to climb in Europe*. <https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2019/Despite-challenges-OTA-bookings-continue-to-climb-in-Europe> Retrieved October 2, 2021.
13. Dobrianska, N., Nikoliuk, O., & Lebedieva, V. (2019). Organizational and economic measures of tourism development on the example of the Avangard United Territorial Community of Odessa region. *Food Industry Economics*, 11(3), Issue 3, 88-96. doi: 10.15673/fe.v11i3.1466
14. Dobrianska, N. A., & Popovych, V. V. (2018). «Zeleniy» turizm yak stratehichnyi napriam sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrainy. *Ekonomika: Realii Chasu*, (3(37)), 20–28. Retrieved October 2, 2021, from <https://economics.opu.ua/files/archive/2018/No3/20.pdf>. doi: 10.5281/zenodo.1326369
15. Houck, J. P. (1984). «Markets»: A Definition for Teaching. *Western Journal of Agricultural Economics*, 353 – 356.
16. *Top 10 largest hotel groups of the world*. <https://www.tourism-review.com/top-10-world-largest-hotel-groups-news1988> Retrieved October 2, 2021.
17. Tahiri, A., Kovaçi, I., & Lekiqi, B. (2021). Tourism and Hotel Industry: Definition, Concepts and Development – The Case of Kosovo. *Quality - Access to Success*, (22(182)), 110-115.

Received 17 October 2021

Approved 31 October 2021

Available in Internet 30.12.21

Цитування згідно ДСТУ 8302:2015

Добрянська Н.А., Саркисян Г.О., Ніколюк О.В., Сланська К.В. Аналіз міжнародного ринку готельних послуг: проблеми і тенденції розвитку // Економіка харчової промисловості. 2021. Т.13, вип. 4. С.63-68. doi 10.15673/fe.v13i4.2192

Cite as APA style citation

Dobrianska, N., Sarkisian, G., Nikoliuk, O., & Yelanska, K. (2021). Analysis of the international market of hotel services: problems and development trends. *Food Industry Economics*, 13(4), 63-68. doi 10.15673/fe.v13i4.2192

Додаток В

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного бізнесу та рекреації
Напрямок підготовки (спеціальність)
242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Презентація до

кваліфікаційної роботи магістра

на тему «Ревіталізація туристичних об'єктів в межах проведення
індустріальних екскурсій в Україні»

Кількість аркушів _____ 18 _____

Здобувач: _____ Єланська К.В.
(підпис)

Керівник / ки _____ д.е.н., проф. Саркісян Г.О.
(підпис)

_____ к.е.н. доц . Трішин Ф.А.
(підпис)

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
Тема: «Ревіталізація туристичних об'єктів в
межах проведення індустріальних екскурсій в
Україні»



Виконала: Єланська К.В.
Керівники: д.е.н., проф Саркісян А.О.
к.т.н. доц. Трішин Ф.А.

Одеса 2022

Актуальність теми магістерської роботи

2

Ревіталізація туристичних об'єктів в межах проведення індустріальних екскурсій дозволить диверсифікувати туристичну діяльність, економічно оздоровити промислові підприємства. Даний вид туризму покликаний забезпечити підвищення рівня обізнаності населення про економіку виробничого сектора як на попередніх етапах розвитку, так і в сучасних умовах впровадження інноваційних процесів. На основі комплексного підходу до вивчення феномену індустріального туризму виявлено актуальні проблеми та науково обґрунтовано пропозиції щодо подальшого його розвитку. На розв'язання цього завдання і націлена магістерська робота.

Мета дослідження

3

Проаналізувати особливості, поширення, проблеми та перспективи ревіталізації туристичних об'єктів в межах проведення індустриальних екскурсій.



Метою роботи визначаються її завдання

4

- дослідити особливості індустриального туризму;
- дослідити етапи розвитку індустриального туризму;
- дослідити застосування ревіталізаційних об'єктів в розробку індустриальних екскурсій;
- проаналізувати туристичний потенціал Дніпровської області;
- проаналізувати потенціал області для розвитку індустриального туризму;
- проаналізувати потенційні об'єкти ревіталізації для розвитку індустриальних екскурсій;
- проаналізувати міжнародний досвід проведення індустриальних екскурсій;
- розробити індустриальний екскурсійний продукт з використанням ревіталізаційних туристичних об'єктів Дніпровської області;

Об'єктом дослідження є промислові об'єкти Дніпровської області як об'єкти туристичної інфраструктури. Предметом дослідження є особливості розвитку та географія індустриального туризму в Дніпровській області.

5



Класифікація підходів до сутності поняття «індустріальний туризм»

6

Автор	Визначення
Е. Фрью	одна з форм туризму, що характеризує переміщення людей для відвідування, розуміння функціонування промислових підприємств і знання виробничих процесів.
Д. МакКенел	відвідування закладів, які демонструють особливий вид знань про минуле, сьогодення чи майбутнє загалом.
Д. Соєз	вид туризму, який відтворює різні аспекти конкретних ландшафтних потенціалів, просторової поведінки та дій, і виконує важливі функції для економічного відродження старих промислових районів.
В. Данієльчук [10]	вид туристичної діяльності, пов'язаний з відвідуванням промислових об'єктів, приносить економічні вигоди і підвищує престиж регіону.
М. Крачнло	особливий вид туризму, пов'язаний з об'їздом територій, де збереглося місцеве населення, деякі народні промисли/
В. Пацок	вид активного туризму, зосередженого в промислових зонах, який спрямований на вивчення промислових ландшафтів, з метою досягнення пізнавальних, професійних, бізнес-цілей.
Л. Докашенко, С. Поляна	організовані відвідування існуючих компаній з метою задоволення пізнавальних, професійних та ділових та інших потреб

Ревіталізовані та введені в експлуатацію об'єкти

7



Арт-завод «Платформа»



Арт-центр Closer



UNIT.CITY



IFest Republic



«Промприлад. Реновація»



Арт-завод «Механіка»

Найбільш привабливі об'єкти для індустриального туризму

8



шахта «Батьківщина»



карьер Паденного
гірничо-збагачувального
комбінату



металургійний комбінат
ПАТ «АрселорМіттал
Кривий Ріг»



підземний дренажний
тунель довжиною 5,2 км
на річці Саксаган

Перспективні напрями при розробці індустріальних турів

9

шахтний туризм
(спуск в шахту)

геологічний туризм

тури на кар'єри

тури на шахтні розломи

тури на працюючі підприємства

тури на відвали

тури по техногенних гідротехнічних об'єктах тури по старовинних промислових об'єктах

тури по транспортних об'єктах тури по музеях промисловості

Сильні сторони «S»	Слабкі сторони «W»
<ul style="list-style-type: none"> ✓ високий потенціал для задоволення потреб туристів (засоби розміщення, транспортна інфраструктура тощо); ✓ об'єкти промислової спадщини Дніпровської області мають історичну, наукову, містобудівну, естетичну, рекреаційну та утилітарну цінність; ✓ індустріальні екскурсії – це додаткове «навантаження» на інші туристичні об'єкти, які сконцентровані в регіоні; ✓ існує ціла категорія студентів технічних, економічних і природничих спеціальностей, для яких екскурсії на виробництво не тільки цікава, а й корисна для майбутньої роботи. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ необхідні стабільні фінансові надходження; ✓ промислова спадщина в регіоні недостатньо вивчена; ✓ різний ступінь збереження промислових об'єктів; ✓ неможливість відрізування окремих підприємств приватної власності.
Можливості «O»	Загрози «T»
<ul style="list-style-type: none"> ✓ поштовх до туристичного розвитку країни в цілому; ✓ полігон для реалізації представниками малого та середнього бізнесу власної продукції та бізнес- ідей; ✓ висока ступінь атрактивності та привабливості промислових об'єктів області може зумовити зацікавленість не тільки відвідувачів серед містян, а й туристів та інвесторів; ✓ можливість до створення особливих та принципово нових у місті типів інфраструктури; ✓ стимулювання індустріального туризму в регіоні стане кроком до просування Дніпровщини як інноваційної туристичної дестинації на принципово новий рівень, все більше наближуючись до європейських стандартів сфери обслуговування; ✓ дозволить закріпити туристичний бренд регіону на новому рівні та залучити до активного використання території, які на сьогоднішній день занедбані; ✓ друге життя колишнім промисловим об'єктам 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ питання безпеки відвідувачів; ✓ фінансові ускладнення в економічно нестабільний період, особливо в будівництво об'єкту для індустріального туризму, несе значні ризики, пов'язані із можливим банкрутством реалізаторів та нерентабельністю функціонування наразі інфраструктури дозвілля.

Порівняльна характеристика особливостей організації індустріального туризму у світовій практиці

11

Показники	Німеччина	Німеччина	Італія	Нідерланди
	Вольфсбург	Кельн	Турин	Роттердам
Регіональні особливості та підходи до організації індустріального туризму (нормативна база)	Реалізація Стратегії «Автовізит», створення парку-музею «Автоград»-концерну Фольцаваген; Концерн Фольцаваген - бренд регіону	Договір між Торгово-промисловими палатами про поділ зовнішнього потоку, професійні групи туристів та делегації	Використання Зимових Олімпійських ігор як Інструменту маркетингу територій та механізму просування індустріального туризму	Реалізація регіональної політики з просування іміджу регіону
Організатори, координатори індустріальних турів	Державно-приватне партнерство між регіоном та автоконцерном	«Наглядова Рада з туризму, Торгово-промислова палата	Торгово-промислова палата	Туристична компанія «Rotterdam Marketing»
Категорії споживачів об'єктів індустріального туризму	Потенційні покупці, Інвестори, студенти, туристи	Підприємці, інвестори, студенти	Закордонні туристи	Представники бізнес-спільноти

Авторське опитування

12



Промисловий (індустріальний) туризм

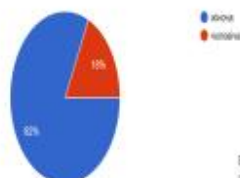
Щоб опрацювати запитання, перейдіть в вкладку Google. [Підробити...](#)

* [Дізнатися](#)

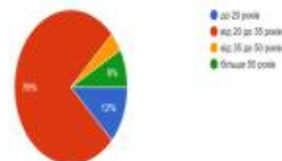
Після продовження опитування, будь ласка, прочитайте визначення!

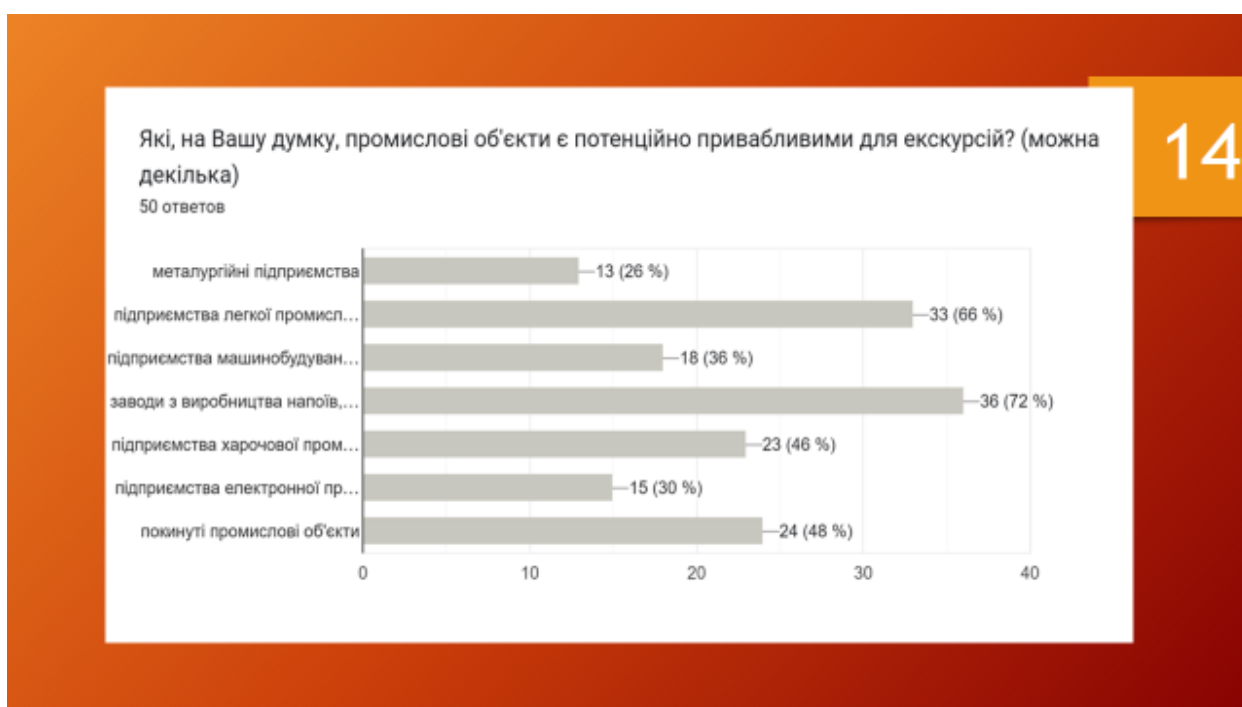
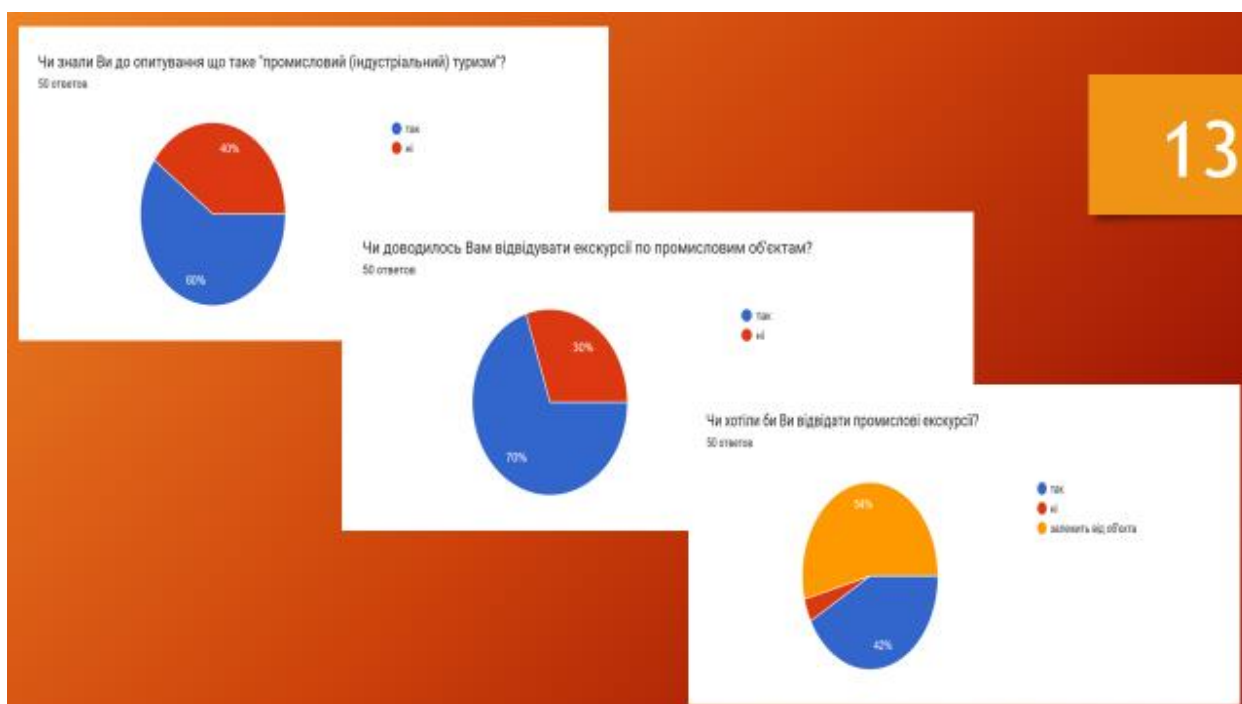
Промисловий туризм - це організація турів на ділч (або її, або кілька ділч) промислових підприємств та місць народних промислів, з метою задоволення освітніх, наукових, професійних, ділових, культурологічних та інших потреб.

Ваша стать:
Кі жчл



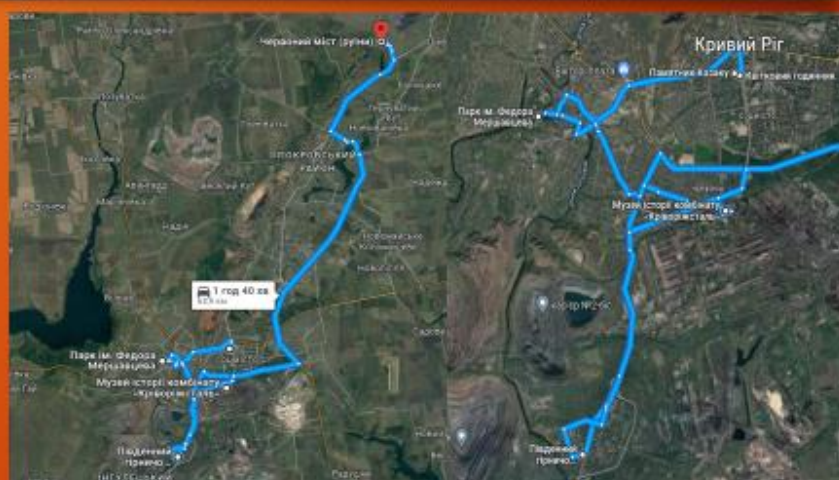
Ваш вік:
30 років





Маршрут квест-екскурсії

15



Вартість квест-екскурсії «Кривий Ріг знизу вверху»

16

Стаття витрат	Вартість, грн. на особу	Вартість, грн. на групу з 8 туристів
Створення екскурсії в платформі Urban Quest. Urban Quest	100	800
Транспорт по маршруту	188	1500
Музей історії Криворіжсталь	30	240
Залізрудний кар'єр ПАТ Південний гірничо-збагачувальний комбінат	30	240
Послуги гіда	188	1500
Страховка для туристів	100	800
Собівартість квест-екскурсії	636	5088
Націнка 10% для туроператорів	64	512
Загальна вартість квест-екскурсії	700	5600

ВИСНОВКИ

17

Враховуючи велику кількість промислових об'єктів, розташованих в Україні, доцільно вивчати об'єкти індустріального туризму та розробляти методику вивчення індустріального туризму.

З моменту виникнення ринку промислових туристичних послуг в Україні (з середини 1990-х років) кількість промислових туристичних об'єктів постійно збільшується.

В Україні процес формування та організації індустріальних екскурсій знаходиться на початковій стадії розвитку та охоплює практично всі промислові регіони.

Нині Дніпровська область для багатьох є великим промисловим центром всієї України, але він також пропонує безліч туристичних об'єктів.

Після проведеного SWOT-аналізу, можна зробити висновок: доцільність розвитку індустріального туризму в Дніпровській області має як недоліки, так і переваги. Якщо не зважати на нинішню складну ситуацію в країні та витікаючі з цього обмеження та загрози, то індустріальний туризм в Дніпровській області може стати джерелом економічного, туристичного та дозвільного розвитку регіону та, загалом, може бути в значній мірі рентабельним.

В Дніпровській області ревіталізація, як напрямок просторового розвитку розвинено слабо, хоча наявність занедбаних промислових об'єктів відкриває перспективи для цього напрямку.

Виходячи з дослідження, пропонується розробка нового турпродукту з метою популяризації індустріального туризму та організації дозвілля мешканців та гостей міста Дніпра, а саме міської квест-екскурсії, з елементами індустріального туризму.

Вважаємо, що впровадження даної екскурсії дозволить популяризувати індустріальний туризм в Дніпровській області

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

18



Перевірка тексту на плагіат

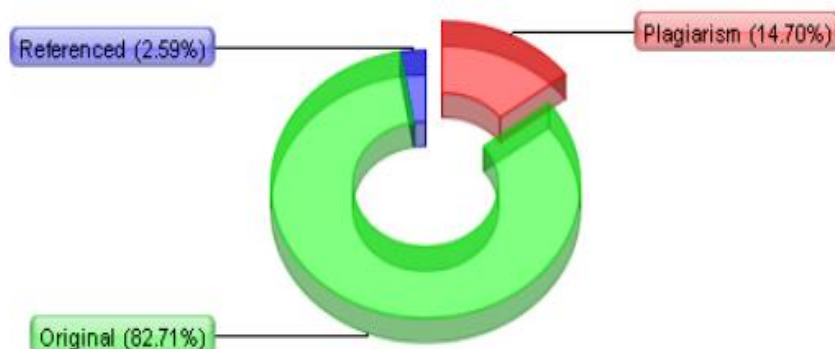
Кваліфікаційна робота магістра.

Тема: «Ревіталізація туристичних об'єктів в межах проведення індустріальних екскурсій в Україні»

Засіб перевірки: plagiarism-detector.com

Унікальність по фразам > 30 %

Унікальність по словам >30 %



Здобувача/ки _____ Єланська К.В.

підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Керівник/ки д.е.н., проф. Саркісян Г.О.

підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

к.т.н. доц. Трішин Ф.А.

підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ