Медяник А.В., Тарабановская С.В.
*ГОУ ВПО ЛНР «Луганский государственный университет имени Тараса Шевченко»
Луганск, Украина*

doi: 10.18411/lj2016-9-3-07

idsp 000001: lj2016-18-3-07

К вопросу о значении промышленного туризма в развитии региона

Туризм представляет собой крупную агрегированную отрасль национального хозяйства, деятельность которой направлена как на удовлетворение особых потребностей, возникающих у населения во время путешествия и отдыха, так и имеет возможность обеспечить подъем уровня экономического развития региона при создании эффективной системы регулирования данной сферы хозяйствования. Данная отрасль обеспечивает «благодатную почву» для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без бюджетных ассигнований, и перспективных для привлечения в широких масштабах и в короткие сроки инвестиций, в первую очередь иностранных.

Развитие разнообразных видов туризма зависит от наличия соответствующих ресурсов, при этом, как правило, рассматриваются экологически чистые регионы, что идет в противоречие с уровнем развития промышленности. Уровень промышленного развития региона оказывает биполярное влияние на развитие туристской индустрии. С одной стороны, техногенная нагрузка на определённый регион негативно влияет на его привлекательность, а с другой – при определенных условиях именно насыщенность региона промышленными предприятиями может способствовать развитию соответствующих видов туризма, например таких, как промышленный туризм.

Многие авторы рассматривают развитие промышленного туризма в отдельных регионах [1 – 5]. В Европе организуется сеть маршрутов в области

промышленного наследия с разнообразной тематической направленностью: добыча угля, выплавка железа и стали, изготовление керамики, стекла и хрусталя, доиндустриальное наследие, промышленный ландшафт [1]. Анализируются пути развития промышленного туризма на западе США в послевоенный период [2]. В Китае уровень развития промышленного туризма начал расти в конце 1980 гг., и обусловлено это развитием рынка образовательных услуг [3].

Целью статьи является анализ понятия «промышленный туризм», а также определение значения промышленного туризма в развитии региона.

Родоначальниками промышленного туризма принято считать американские компании [6]. До середины XX-го века рынок туризма был слишком узок, поэтому и рынок промышленного туризма, США не исключение, был скорее рынком услуг досуга для местного населения, чем рынком междугороднего, и тем более международного туризма. Начало формирования реального рынка промышленного туризма наблюдается только с середины XX-го века вместе с революционным рывком в развитии рынка туристских услуг, но реальный прирост данного сегмента в развитых странах мира проявляется только к началу 90-х гг. XX века.

Явление промышленного туризма как такового прослеживалось в Европе еще в 1930-1940 гг., когда отдельные предприятия стали принимать гостей – туристов [1]. Однако внимание исследователей к данному виду туристской деятельности проявляется только в 90-е гг. XX в., когда промышленные объекты, особенно имеющие глубокую историю, входят в разряд культурных ценностей.

В научной литературе не существует четкого определения термина «промышленный туризм». Считается, что промышленный туризм включает посещение широкого спектра туристских объектов, в том числе: корпоративных архивов и музеев, заводов, шахт, банков, страховых компаний, торговых палат и других центров экономической деятельности, транспортной инфраструктуры, общественных зданий и агропромышленных комплексов.

Понятие «промышленный туризм» может быть рассмотрено с двух позиций: с точки зрения туриста и с точки зрения предприятий. С точки зрения посетителя, промышленный туризм решает такие же задачи, как и культурно-познавательный, деловой, хобби-туризм.

Рынок промышленного туризма определяется спектром интересов посетителей. Потребность туристов в познании могут удовлетворять и промышленные объекты. Обычная экскурсия на производство может стать запоминающимся событием. Основная роль в таких посещениях принадлежит экскурсионно-познавательным программам.

Промышленный туризм как разновидность делового также предполагает обслуживание клиентов во время выполнения ими профессиональных обязанностей и не подвержен сезонным факторам. Примером могут служить поездки в составе специализированных групп по профессиям [7, с. 11]. Такие поездки преследуют цель более глубокого изучения процесса производства, применения новых технологий и новой техники, обмен опытом и др. За последние годы спрос на такие поездки постоянно растет.

Понятие промышленного туризма следует параллельно рассматривать и с точки зрения производственных предприятий, которые открываются для туристов. Промышленный туризм приобрел популярность у производителей, поскольку данный вид туризма является превосходным способом использования производственного объекта в качестве рекламы бренда и продвижения продукции предприятия. Ничто не может произвести на потребителя более сильного впечатления, как вид высокотехнологичного производства [8].

Для стимулирования продаж выпускаемой продукции перед маркетологами стоит серьезная задача убедить покупателя выбрать именно их товар среди множества других по предлагаемой цене. Наиболее подходящий выход в данной ситуации – пригласить потребителя на собственное предприятие. Ознакомившись с технологическим процессом, оставившим яркое впечатление, посетитель может проявить лояльность к данному предприятию, его продукции и услугам.

Для крупных и средних производителей промышленный туризм служит маркетинговым инструментом. Для мелких предприятий данный вид туризма превращается в способ выживания. Для многих, особенно крупных, предприятий доход от экскурсионной деятельности, осуществляемой на предприятии, не может быть значительным по сравнению с основной деятельностью, однако имиджевая составляющая, которая создает образ предприятия, совокупность ассоциаций и впечатлений о нем и его продукции в

сознании посетителей и, в конечном итоге, место и положение бренда на рынке, очень привлекательна.

Таким образом, в современных условиях производство – не только, то место, где производятся товары, но и рекламная площадка для привлечения потребителей.

Мировой опыт свидетельствует, что промышленный туризм для самого предприятия – это, в первую очередь, борьба за имидж, и косвенно – за престиж того региона, на территории которого оно расположено. Поэтому очень часто региональные власти стимулируют находящиеся в регионе крупные предприятия открывать свои двери для туристов.

Проанализировав мировой опыт развития промышленного туризма, необходимо определить основные достоинства и недостатки данного вида туризма.

К достоинствам промышленного туризма следует отнести:

- новизну данного вида туризма;
- дополнительную занятость работников туристских предприятий, в частности специалистов-экскурсоводов;
- повышение имиджа административного региона (территории), где находится промышленное предприятие;
- выгоду для промышленных предприятий в виде рекламы бренда и продвижения своей продукции и услуг;
- дополнительную продажу продукции;
- отсутствие оттока денежных средств в зарубежные страны.
- Данный вид туризма также обладает и недостатками:
- дополнительные затраты на обустройство привлекательных для туристов промышленных объектов и на организацию экскурсионного обслуживания;
- незначительный доход от проведения экскурсий для промышленных предприятий;
- внесение корректировок в производственный цикл.

Промышленный туризм имеет больше положительных, чем отрицательных характеристик, что свидетельствует о целесообразности развития данного направления.

Таким образом, можно сформулировать понятие: промышленный туризм – это вид туристской деятельности, связанный с посещением объектов индустриального характера с познавательной, деловой, культурной целями и т.д.

В Луганском регионе все еще крайне мало предприятий, готовы принять туристов. Тому есть множество причин. Многие отечественные компании попросту не готовы «себя показать». Их производство устроено таким образом, что пускать посторонних опасно либо для самих посторонних, либо для имиджа компании. Немаловажное отрицательное влияние на развитие промышленного туризма в регионе оказывает сложившаяся политическая ситуация и боевые действия.

Промышленный туризм имеет большое значение, он позволит повысить уровень экономического развития регионов, в которых отсутствует рекреационный потенциал, уменьшить себестоимость услуг, увеличить поток «внутренних» и «въездных» туристов, а так же повысить конкурентоспособность туристского продукта. Пospособствует переводу индустрии отдыха и путешествий на инновационный путь развития, что обеспечит установление благоприятного инвестиционного климата в регионе.

Производственный туризм – это полноценный инструмент маркетинга территории – региона, системной работы местных сообществ по продвижению ее интересов для привлечения инвесторов, туристов или потенциальных жителей.

Характеристика положительных преимуществ и издержек, связанных с созданием экскурсионного обслуживания на предприятии, свидетельствует о целесообразности развития данного вида туризма в Луганском регионе.

Литература:

1. Grrinic J., Zanketic P., Bacac R. Industrial tourism in Istria // Ekon. Misao Praksa DBK. - 2009. - XVIII, Br.2. - P.211-232.
2. Rugh Susan S. Branching Utah: Industrial Tourism in the Postwar American West // The Western Historical Quarterly. - 2006. - Vol.37, №4. - P. 445-497.
3. Ying Jia. Analysis and Suggestions on Chinese Industrial Tourism Development // International Business Research. - 2010. - Vol 3, №2. - P. 169-173.
4. Alexander H.J. Otgaar, Leo van der Berg, Christian Berger and Rachel Xiang Fend. Industrial tourism for City and enterprise / 2010. - P. 242.
5. Кузьменко А.В. Артемовск - старейшина городов Донбасса: экскурсия / А.В. Кузьменко, В.Ф. Горягин. - Донецк: ДИТБ, 2004. - 54 с.
6. Frew, Ea. Industrial Tourism: a conceptual and empirical analysis. Phd thesis, victoria university, 2000.
7. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса: учеб. пособ. / В.Г. Герасименко. - Одесса: Черноморье, 1997. - 160 с.
8. Шаинян К. Туризм на конвейере [Электронный ресурс] / К. Шаинян // Деньги. - 2006. - 48(604). - Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc.aspx?DocsID-727011>.