

---

**МАРКЕТИНГ**

---

УДК 338.48

Г. Г. Савіна, д. е. н., професор  
В. О. Баличова, викладач  
А. П. Лазарева, викладач  
Ю. О. Калугін, здобувач

**ПРОМИСЛОВИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ**

**Анотація.** В статті уточнено поняття «промисловий туризм» з урахуванням іміджевого аспекту. Наведено основні вигоди іміджевого характеру, які отримує промислове підприємство як туристичний об'єкт та територія його розташування. Доведено зв'язок покращення іміджу з економічними вигодами підприємства.

**Ключові слова:** імідж, промисловий туризм, корпоративний клімат, економічні вигоди.

Г. Г. Савина, д. э. н., профессор  
В. А. Балычова, преподаватель  
А. П. Лазарева, преподаватель  
Ю. А. Калугин, соискатель

**ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА**

**Аннотация.** В статье уточнено понятие «промышленный туризм» с учетом имиджевого аспекта. Приведены основные выгоды имиджевого характера, которые получает промышленное предприятие как туристический объект и территория его расположения. Доказана связь улучшения имиджа с экономическими выгодами предприятия.

**Ключевые слова:** имидж, промышленный туризм, корпоративный климат, экономические выгоды.

Н. Н. Savina, Doctor of Economic Sciences., Professor  
V. O. Balychova, Lecturer  
A. P. Lazareva, Lecturer  
Yu. O. Kaluhin, Degree Seeker

**INDUSTRIAL TOURISM AS A TOOL FOR THE FORMATION OF POSITIVE IMAGE**

**Abstract.** The term "industrial tourism" with the image aspect is clarified in the article. The basic benefits of image character are represented, which the industrial enterprise receives as a tourist attraction area and its location. It is proven that the communication improve the image of the economic benefits of the enterprise.

**Keywords:** image, industrial tourism, corporate climate and economic benefits.

**Актуальність теми дослідження.** В Україні туристична галузь зазнала необхідності розвитку новітніх напрямів відпочинку, оскільки інтерес до традиційних видів туризму дещо зменшується. Ще одним віянням епохи є те, що інтерес до традиційних видів туризму, таких як культурний, історичний, пізнавальний поступово знижується, тоді як превалюючого значення почали набувати екологічний, сільський, науковий, конгресний, освітній, діловий, що об'єднані спільним поняттям «альтернативний туризм». До цієї когорти можна також включити промисловий туризм, розвиток якого є актуальним для нашої країни. В Україні промисловий туризм може допомогти підприємствам поліпшити власний імідж і створити додаткові переваги перед конкурентами.

**Постановка проблеми.** Становлення сучасного туристичного ринку в Україні вимагає наукового підходу до розв'язання проблем туризму і в тому числі до виявлення та розвитку всіх по-

---

**МАРКЕТИНГ**

---

тенційно привабливих видів туризму. Останнє можливо за рахунок того, що Україна володіє значним ресурсним потенціалом для розвитку туристичної сфери, 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 та підприємств не тільки туристичної сфери, а також підприємств промислового сектору, як об'єктів альтернативного туризму. Підвищення інтересу до промислового туризму пов'язано із формуванням позитивного іміджу як самих підприємств, так і територій, на яких вони розташовані. Це потребує додаткових досліджень у напрямку одночасного розвитку туристичної та виробничої господарської діяльності з урахуванням вигід від цієї взаємодії, як ключового фактору успіху.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Можливості розвитку туризму на промислових територіях і соціально-економічні аспекти управління промисловим туризмом у регіональному аспекті досліджували О. Є. Афанасьєв [1] та В. Ф. Данильчук [3], необхідність охорони та заповідання антропогенних ландшафтів, оцінка їх як пам'яток промислової культури подано у працях Г. І. Денисика, В. Л. Казакової, Ю. Г. Тютюнника [4], перспективні можливості розвитку промислового туризму в Україні визначено В. С. Пацюком [7], особливості розвитку промислового туризму у східному регіоні України розглянуто О. Ю. Чередниченко [8]. Однак в науковій літературі ще є недостатньо висвітленими питання формування позитивного іміджу промислових підприємств та територій за рахунок впровадження та розвитку на них туристичної діяльності.

**Виклад основного матеріалу.** З винайденням та впровадженням технологій людство протягом всієї історії свого розвитку освоювало природне середовище, видобуваючи з нього все необхідне для свого виживання та існування. Прискорений розвиток технологій створював передумови для переходу від однієї форми природокористування до іншої, від одного етапу розвитку людства – до іншого. Такий прискорений розвиток технологічних інновацій визначається як науково-технічний прогрес, визнаний основною рушійною силою сучасності. Різноманітність виробничих процесів і технологій, які змінювали один одного з часом, стали основою привабливості та ознайомлення з ними, наслідками їх застосування. А сучасні виробничі процеси приваблюють навпаки, не можливістю зазирнути у минуле, а можливістю побачити майбутнє. Тобто промисловий туризм можна розглядати як складову культурно-пізнавального туризму, сформованого під дією привабливості технологій природокористування в їхньому історичному розвитку.

Ознайомлення з результатами виробничої діяльності складало мотивацію до здійснення екскурсій та турів на провідні виробництва з часів розвитку індустріальної доби і відомо нам з початку ХХ ст. у провідних розвинених країнах (Німеччина, Велика Британія, Нідерланди). Згодом цей вид туризму охопив практично всі індустріальні країни, а з другої половини ХХ ст. вчені почали ставити питання про визнання виробничо-технологічних здобутків людства – спадщиною та її збереження як пам'ятки індустріальної доби. Водночас, в туризмознавстві не вирішеним залишається питання дефініції окремих видів туризму, зокрема «промислового туризму».

Щоб визначити поняття «промисловий туризм» необхідно розглянути різні погляди вчених на дану дефініцію. Так, Т. А. Казакова вживає термін «промисловий туризм», звертаючи увагу на те, що сутнісною компонентою його є відвідування підприємств, що працюють, та розглядає його як різновид техногенного туризму [4]. В. С. Пацюк поняття «індустріальний туризм» трактує таким чином: вид активного туризму, зосереджений у промислових регіонах, метою якого є споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування працюючих виробничих підприємств для задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів [7]. О. Ю. Чередниченко категорію «індустріальний туризм» розуміє як дослідження територій, будинків та інженерних споруджень виробничого (не цивільного) чи спеціального призначення, а також будь-яких залишених (занедбаних) споруджень із метою одержання психологічного й естетичного задоволення або задоволення дослідницького інтересу, захоплення у вигляді фотографування [8].

В той же час, промисловий туризм – це ефективна безкоштовна реклама вітчизняних підприємств і дієвий метод отримання додаткового прибутку за рахунок збільшення попиту з боку туристів.

---

**МАРКЕТИНГ**

---

Світовий досвід засвідчує, що відвідування туристами діючих промислових об'єктів підвищує і споживчий інтерес з боку туристів до основної продукції через формування у їхній свідомості позитивного іміджу про підприємство та його продукцію. У США зусиллями туроператорів розроблена програма «Made in USA», до якої потрапили 54 об'єкти, переважно автомобілебудівні заводи. За 2004 р. програма дозволила заробити 16 млн дол. Власники автомобільних заводів виборють право бути залученими до цієї програми, бо в умовах гострої конкуренції на ринку автомобільної продукції США особистий досвід відвідування того чи іншого підприємства відіграє важливу роль у рішенні клієнта щодо придбання [5, с. 92-93]. До того ж облаштування сувенірних магазинів на об'єктах промислового туризму – достатньо прибуткова справа. Слід зазначити, що оборот в магазинах, які продають продукцію підприємства в тих місцях, де завершується екскурсія по ньому, на 40 % вищий, ніж в інших точках з аналогічним товаром.

Імідж – це синтетичний образ, який складається у свідомості людей, щодо конкретної особи, організації або соціального об'єкта, містить в собі значний обсяг емоційно забарвленої інформації про об'єкт сприйняття і спонукає до певної соціальної поведінки. Формування іміджу та посилення моментів впізнаності для об'єктів промислового туризму і територій їх розміщення сприяє залученню до нього уваги, дає можливість лобювати свої інтереси, покращувати інвестиційний клімат, отримувати додаткові ресурси для економічного розвитку.

Промисловий туризм – це також демонстрація прозорості і чесності управління, впевненості в своїх перспективах перед конкурентами. Перетворюючи виробництво в об'єкт туристичної діяльності, фірма дає поштовх до поліпшення корпоративного клімату. Персонал прагне підтримувати чистоту в цехах, одягати чисту робочу форму, мати презентабельний вигляд. Збільшується оборот сувенірної продукції в місцях, де закінчується екскурсія.

Таким чином, промисловий туризм – це вид туризму, метою якого є відвідування діючих (або таких, що колись діяли) промислових підприємств або об'єктів із метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових та інших інтересів, який дозволяє формувати позитивний імідж підприємств та територій їхнього розташування.

Також важливий момент полягає в тому, що коли підприємство стає туристичним об'єктом, то керівництво фірми значно покращує відносини в трудовому колективі. В першу чергу увагу звертають на чистоту в цехах, презентабельний вигляд технологічного обладнання та багато іншого. У самих працівників різко змінюється мотивація через те, що на них дивляться і їх оцінюють сторонні люди.

Міський бюджет значно виграє від стимулювання продажів різних міських товарів та послуг.

**Висновки.** Розвиток туристичної діяльності на промислових підприємствах надає їм додаткових вигід. Основні з них для виробників полягають в ефективному просуванні своєї продукції, поліпшенні іміджу компанії і галузі у цілому. Для туристів – це можливість побачити виробничі потужності та отримати нові знання та враження. А для територій розташування об'єктів промислового туризму створюється можливість збільшити надходження до бюджету за рахунок зростання туристичних потоків, залучення інвестицій та створення нових робочих місць. Отже, промисловий туризм – це іміджева платформа для партнерства влади та бізнесу з метою залучення інвестицій і потоків туристів.

**Література**

1. Афанасьєв О. Є. Промисловий туризм на Дніпропетровщині: напрями, перспективи та досвід використання / О. Є. Афанасьєв // Минуле, сучасне та майбутнє туризму Дніпропетровщини : матеріали обласної відкритої туристсько-краєзнавчої конференції. - Дніпропетровськ : ДДЮЦІМС, 2006. - С. 88-90.
2. Визгалов Д. В. Промышленный туризм может эффективно работать на благо городов и территорий [Електронний ресурс] / Д. В. Визгалов. - Режим доступу:  
3. [http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5\\_promtourism.html](http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html). - Назва з екрана.
4. Данильчук В. Ф. Социально-экономические аспекты управления промышленным туризмом в Донецкой области / В. Ф. Данильчук // Вісник ДІТБ. - 2010. - № 14. - С. 52-63.
5. Казаков В. Л. Техногенный туризм у системі природокористування / В. Л. Казаков, Т. А. Казакова, О. Й. Завальнюк // Екологія і раціональне природокористування : зб. наук. пр. Сумського держ. пед. ун-ту. - Суми: Вид-во Сумського держ. пед. ун-ту, 2006. - 244 с.
6. Кулеш В. Г. Перспективи розвитку промислового туризму в світі та Україні / В. Г. Кулеш // Вісник ДІТБ. - 2010. - № 14. - С. 90-95.

---

**МАРКЕТИНГ**

---

7. Манюк В. В. Проблема збереження геологічних пам'яток природи Дніпропетровщини та їх використання для краєзнавства та потреб туризму / В. В. Манюк // Туристично-краєзнавчі дослідження. - Вип. 2. - К. : ЧП Карма-літа, 1999. - 656 с.
8. Пацюк В. С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nzvdpu/geograf/2008\\_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf). - Назва з екрана.
9. Чередниченко О. Ю. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України [Електронний ресурс] / Чередниченко О. Ю. - Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2009\\_28/09cousmp.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2009_28/09cousmp.pdf). - Назва з екрана.

**References**

1. Afanasiev, O. Ye. (2006). Promyslovyi turizm na Dnipropetrovshchyni: napriamy, perspektyvy ta dosvid vykorystannia [Industrial Tourism in Dnipropetrovsk: trends, perspectives and experience of use]. *Proceedings from: Regional open tourist and local history conference: Mynule, suchasne ta maibutnie turizmu Dnipropetrovshchyny - Past, present and future of tourism in Dnipropetrovsk (88-90)*. Dnipropetrovsk: DDluTsMS [in Ukrainian].
2. Vizgalov, D. V. (2009). *Promyshlennyi turizm mozhete effektivno robotati na blago gorodov i territoriy [Industrial tourism can effectively work for the benefit of cities and territories]*. Retrieved from: [http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5\\_promtourism.html](http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html). [in Russian].
3. Danilchuk, V. F. (2010). Sotsialno-ekonomicheskie aspekty upravleniya promyshlennym turizmom v Donetskoy oblasti [Socio-economic aspects of the industry of tourism management in the Donetsk region]. *Visnik DITB - Herald of Donetsk Institute of Tourism Business*, 14, 52-63 [in Russian].
5. Kazakov, V. L., Kazakova, T. A., & Zavalniuk O. Y. (2006). Tekhnohennyi turizm u systemi pryrodokorystuvannia [Man-made environmental management system in tourism]. *Ekolohiia i ratsionalne pryrodokorystuvannia: zb. nauk. pr. Sumskoho derzh. ped. un-tu. - Ecology and environmental management : collection of scientific papers of Sumy State Pedagogical University Sumy: Publishing house of Sumy state pedagogical University* [in Ukrainian].
6. Kulies, h V. H. (2010). Perspektyvy rozvytku promyslovoho turizmu v sviti ta Ukraini [Prospects of development of industrial tourism in the world and Ukraine]. *Visnyk DITB - Visnik DITB - Herald of Donetsk Institute of Tourism Business*, 14, 90-95 [in Ukrainian].
7. Maniuk, V. V. (1999). Problema zberezhenia heolohichnykh pamiatok pryrody Dnipropetrovshchyny ta yikh vykorystannia dlia kraieznavstva ta potreb turizmu [The problem of preservation of geological monuments of the region and their use for local history and tourism]. *Turystychno-kraieznavchi doslidzhennia - Tourism and local lore investigations*, 2. Kyiv: ChP Karma-lita [in Ukrainian].
8. Patsiuk, V. S. (n.d.). *Industrialnyi turizm i perspektyvy yoho rozvytku v Ukraini [Industrial tourism and its development prospects in Ukraine]*. Retrieved from: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nzvdpu/geograf/2008\\_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf) [in Ukrainian].
9. Cherednychenko, O. Yu. (2009). *Mozhlyvosti ta perspektyvy rozvytku industrialnogo (promyslovoho) turizmu u skhidnomu rehioni Ukrainy [Opportunities and prospects of development of industrial (industrial) tourism in the Eastern region of Ukraine]*. Retrieved from: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2009\\_28/09cousmp.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2009_28/09cousmp.pdf). [in Ukrainian].

Надійшла 25.09.2015