

Опубліковано: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Реґіон - 2009: суспільно-географічні аспекти» (23 - 24 квітня 2009 року, м. Харків) / Гол. ред. колегії К.А. Немиць. // РВВ Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, Харків, 2009. - С.214 - 217.

УДК 911.3:796.5 (477)

Пацюк В.С.

Криворізький державний педагогічний університет

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ЗАРУБЕЖОМ

До кінця ХХ сторіччя у світі вже майже не залишилось ні історичних, ні культурних місць, якими можна було б вразити рядового відвідувача. Ось тоді і виник новий різновид туризму, названий «індустріальним туризмом». І хоча цей вид туризму поки не є домінуючим сегментом на світовому туристичному ринку, проте включає доволі значний контингент відвідувачів, і що дуже важливо, з кожним роком все чіткіше вимальовується тенденція до значного розширення даного контингенту. Ми ж вирішили проаналізувати особливості становлення даного виду туризму, виділивши основні етапи його розвитку.

I. Зародження індустріального туризму (30-70-ті рр. ХХ ст.).

Прототипом індустріального туризму були виробничі екскурсії, які мали місце ще в 30-х рр. ХХ ст., однак всі вони носили епізодичний характер. Відомо, що першим підприємством, що допустило до себе перших туристів в 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція). Подібну практику підтримала компанія Kronenbourg, яка відкрила для відвідувачів свої страсбургські пивоварні вже наприкінці 1940-х, однак значного інтересу в екскурсантів дані об'єкти не викликали [3].

II. Становлення індустріального туризму (1980-2000 рр.). На початку 80-х рр. XX ст. в західноєвропейському туроперейтингу з'являються перші організовані тури на промислові об'єкти [3].

Тоді, під впливом італійського історика мистецтв Еудженно Батістеса європейці почали досліджувати старі, закинуті ще в 1950-х роках заводи, фабрики та шахти, називаючи їх першими пам'ятками індустріальної епохи. Наприкінці минулого століття відбувається перелом в туристичній та підприємницькій свідомості. Саме тому більшість західних підприємств, незалежно від розміру, солідності та приналежності, відкрили свої прохідні для простих громадян, а ті звернули свою увагу на заводські та фабричні корпуси. Маркетологи обумовлюють це не лише допитливістю (зі сторони туристів) та бажанням отримати додатковий прибуток (з протилежного боку), скільки цілком природним ходом розвитку цивілізації.

Пояснюючи цей несподіваний поворот теоретики нового ступеню розвитку світової економіки Джозеф Пейн та Джеймс Гілмор в 1999 році випустили працю, в якій проаналізували три основні стадії розвитку економіки: сировинну, товарну та економіку послуг, після чого прийшли до висновку, що новою стадією повинна стати «економіка вражень». Свою книгу вони так і назвали - «Економіка вражень» (Experience economy) [3].

Загалом аналіз розвитку індустріального туризму в світі можна зробити, виходячи з того до якої галузі виробництва спрямовано туристичні потоки. Інтерес туристів в промислових регіонах зазвичай спрямований на промислові об'єкти гірничопромислового (кар'єри, відвали, шахти) та фабрично-заводського типу (фабрики, заводи, комбінати) типу.

Екскурсії на підприємства видобувної промисловості, зокрема, в шахти, рудники, кар'єри відмічені на 4 континентах. Піонером у розвитку шахтного туризму прийнято вважати соляну шахту Величку у Польщі. Також даний вид туризму дістав поширення у Швеції (залізорудні шахти м. Кірина), Естонії (сланцеві шахти Кохтла-Нимме), Норвегії (мідний

рудник Ророс), Чехії (срібний рудник Кутна-Гора), Словаччині (золоторудна шахта Банска Штявница), Росії (в Хібінах, Солікамську, Воркуті), Чилі (мідний рудник Чукікамата), ПАР (алмазні шахти Кімберлі), Австралії (золоті шахти м. Теннант Крік), Фінляндії [1].

В цей час туристи починають цікавитися і підприємствами обробної промисловості. Зокрема у Франції туризм на АЕС існує вже більше 20 років.

Одним з піонерів промислового туризму на території колишнього СРСР називають металургійний гігант «Северсталь». Вивчивши досвід промислових міст північної Англії, де складувні, кораблебудівні і хімічні підприємства були одним з об'єктів залучення туристів в промислові міста, компанія «Северсталь» сама запропонувала туристичним агентствам, щоб популярні за кордоном круїзи теплоходів по Верхній Волзі включали відвідини металургійного гіганта в Череповці.

III. Активізації розвитку індустріального туризму (2000-2010 рр.).

Індустріальний туризм набирає обертів не лише стосовно свого територіального поширення, а й відносно включення нових галузей до туристичної діяльності. Зокрема, розвиток індустріального туризму спостерігається в наступних секторах господарства:

- Авіапромисловість. Свої двері для відвідувачів відчиняють літакобудівні корпорації Boeing, Airbus та ракетно-космічна Northrop Grumman, де демонструють всьому світу свою відкритість, безпечність та мирну спрямованість. Вартість екскурсій по їх об'єктам не перевищує 100 доларів, що окупаються безліччю атракціонів, що включені до програми. Відвідувачі «літають» на справжніх авіаційних та космічних тренажерах, власними руками збирають діючі маленькі літаки, сидять в кріслах пілотів і навіть обідають в «космічних їдальнях» [3].

Великим попитом користуються відвідування космічних центрів. Так, космічний центр, розташований у Французькій Гвіані, в 2006 році відвідали понад 62 тис. туристів, з них 23 тис. стали свідками запуску

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

- Автопромисловість. Виробники Ford, в процесі зацікавлення відвідувачів, зробили основну ставку на багату історію своєї фірми. В спеціально створеному в Детройті «Червоному Центрі Форду» (Ford Rouge Centre) відвідувачів спочатку на спеціальних автобусах возять по місцях, де понад сторіччя тому жив та працював засновник компанії Генрі Форд. Потім, в Rare Historie Viewing, їм розповідають про всі злети та падіння, які пережила компанія. Далі в спеціальній Віртуальній Студії досконально пояснюють весь складний процес виробництва сучасного американського автомобілю. Після чого всі разом підіймаються на 80-метрову оглядовий майданчик, звідки оглядають «володіння Ford'у». І лише наприкінці програми екскурсантів відводять до складального цеху, де в них на очах збирають справжній Ford F - 150. Однак, все це вже не безкоштовно. Вартість квитка, в залежності від віку від 10 до 14 доларів [3].

- Легка промисловість. Великим попитом користуються тури на лялькові фабрики. Американська компанія American Girl, один з лідерів світового лялькового виробництва, відкрила в себе на батьківщині цілих три виробничих музеї-палаці: в Чикаго, Нью-Йорку та Лос-Анджелесі. Крім ознайомлення з процесом виробництва ляльок тут можна відвідати театральне шоу (30 доларів), пообідати (20 доларів) та навіть відвести свою улюблену ляльку в перукарню, де їй зроблять модну зачіску. В Росії можна спробувати потрапити на фабрики Гелі, Палюха, Хохломи, на Високівський завод ялинкових іграшок.

- Харчова промисловість. Особливою популярністю користуються виробництво алкогольних напоїв. В Росії першим впустив до себе екскурсантів пивзавод «Очаково». В 2000 році адміністрація комбінату віддала розпорядження встановити в цехах веб-камери, за допомогою яких

кожен підключений до Інтернету бажаючий міг спостерігати, як саме робиться пиво і що саме заливається в варочні котли, а у вересні 2004 року керівництво пустило в цехи екскурсантів. Відвідувачам проводять екскурсію по комбінату та до спеціального музею пива, де можна дегустувати продукцію.

Нині по очаківським цехам за місяць проходить до тисячі чоловік. У петербурзької «Балтики» цей показник вдвічі вищий: за рік тут приймають до 25 тисяч екскурсантів [2].

Туристи, що віддають перевагу більш міцним напоям, можуть відвідати ще два об'єкти розвинутого російського промислового туризму, заводи підмосковної компанії «ОСТ-Алхо», більш відома в Росії як «Чорноголовка», та флагмана російського виноробства - московський завод «Кристал». Якщо перший зацікавлює своїми передовими технологіями та повністю автоматизованими лініями, то інший акцентує увагу на багатій історії.

Окрім цього, в Москві існує практика відвідування кондитерських фабрик: «Червоний Жовтень» (колишнє товариство «Ейнем»), «Бабаєвську» (колишнє товариство А.І. Абрикосова Синів») та «Рот Фронт». Під час екскурсії можна їсти все, що проходить по конвеєру, а по завершенню екскурсії на туристів очікує солодкий стіл та набори солодких подарунків.

Аналізуючи основні тенденції розвитку індустріального туризму, можна припустити, що наступним етапом буде *етап масового залучення туристів*.

В багатьох розвинутих країнах відвідання майже будь-якого виробництва не є проблемою і орієнтоване на популяризацію продукції підприємства, що відвідується. В світі накопичено доволі значний досвід розвитку індустріального туризму, який би цілком могла перейняти Україна, однак в нашій країні преференції розвитку індустріального туризму ще цілком не усвідомлені і лише починається його становлення.

Список використаних джерел: 1. Казакова Т.А. Експерсії в шахту – перспективний напрямок розвитку техногенного туризму //Теоретичні, регіональні, прикладні напрями розвитку антропогенної географії та ландшафтознавства. Матер. II міжнар. наук. конф. – Кривий Ріг, 2005. – С. 124 – 127. 2. Открытие пива //Дайджесты прессы. Союз российских пивоваров. – [http:// www.turpost.ru](http://www.turpost.ru). – 24.01.2006. 3. Чумаков В. Сборочный цех впечатлений // Вокруг света. – 2007. - №11. – С. 116 – 126.