

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

На правах рукописи



Антонец Виктория Григорьевна

**МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ
ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг)

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Донецк – 2017

Работа выполнена в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк.

Научный руководитель: доктор экономических наук, доцент
Ангелина Ирина Альбертовна

Официальные оппоненты: **Припотень Владимир Юрьевич,**
доктор экономических наук, доцент,
ГОУ ВПО Луганской Народной Республики
«Донбасский государственный технический
университет»,
заведующий кафедрой менеджмента

Древицкая Ирина Юрьевна,
кандидат наук по государственному
управлению, доцент,
ЧВУЗ «Донецкий институт туристического
бизнеса», ректор

Ведущая организация: Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Луганской Народной Республики «**Луганский
национальный университет имени
Владимира Даля**»

Защита диссертации состоится «27» июня 2017 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 01.004.01 в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283050, г. Донецк, ул. Щорса, 31, ауд. 1222, тел: +38(062)337-41-57, e-mail: dissovet@donnuet.education

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» по адресу: 283017, г. Донецк, б. Шевченко, 30 (<http://library.donnuet.education>).

Автореферат разослан «26» мая 2017 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 01.004.01
к.э.н., доцент



А.Н. Германчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Преодоление ограниченности перспектив развития экономики промышленных регионов как одной из предпосылок снижения социальной напряженности в них требует поиска новых направлений экономической деятельности, диверсификации производства, в частности развития сферы услуг. При этом стратегическое значение приобретает использование туристско-рекреационного потенциала как направления устойчивого развития, основанного на максимальном применении местных ресурсов. Процесс промышленного развития регионов по-разному влияет на становление туристической отрасли. На первый взгляд, большая экологическая нагрузка на регионы негативно воздействует на их привлекательность, а с другой стороны – при определенных обстоятельствах успешная деятельность промышленных предприятий благоприятствует развитию такого вида туризма, как промышленный. Именно поэтому приобретает актуальность выявление перспектив и стратегических маркетинговых приоритетов пока еще недостаточно распространенного вида туристической деятельности – промышленного туризма на территории таких промышленных регионов, как Донецкая и Луганская Народные Республики.

Развитие промышленного туризма способствует появлению новых брендов, улучшает инвестиционный климат. Промышленный туризм - это ниша для развития кооперации между региональной властью, промышленными и туристическими компаниями. Все вышеизложенное обуславливает необходимость совершенствования теоретических и научно-методических подходов к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с целью эффективного использования промышленного потенциала региона, повышения его инвестиционной привлекательности и имиджа.

Степень разработанности проблем. Теоретические вопросы формирования маркетинговой стратегии развития и управления различными формами деятельности хозяйствующих субъектов, в том числе и туристической, представлены в работах таких ученых: Е. Азарян, И. Ангелиной, И. Ансоффа, С. Анхольта, Л. Балабановой, А. Дуровича, П. Зарембы, Ф. Котлера, М. Портера, В. Припотня, Е. Сардак, В. Тисуновой, О.Уолкера, Р. Фатхутдинова, Л. Шульгиной и др. Проблематике развития туристической деятельности посвящены работы: Р. Балашовой, А. Бейдика, С. Голубничей, В. Квартальнова, В. Кифяка, Г. Мишечкина, Л. Овчаренко, Е. Панасюк, Ф. Поклонского, Е. Стельмах, Т. Ткаченко, М. Туриянской и др.

Возможности развития туризма на промышленных территориях и социально-экономические аспекты управления промышленным туризмом рассмотрены в работах: Г. Алейниковой, А. Афанасьева, Д. Визгалова, Д. Гилмора, В. Данильчука, И. Древицкой, В. Казакова, Ю. Никулиной, А.Отгара, Э. Отто, Д. Пайна, Р. Прентиса и др.

Однако остаются почти не исследованными важные вопросы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с учетом особенностей туристического потенциала Донецкой Народной Республики.

Разрозненные концептуальные подходы к маркетинговой стратегии развития промышленного туризма не учитывают принципы комплексности и системности. Недостаточно разработаны и требуют уточнения методы оценки инвестиционной привлекательности объектов промышленного туризма. Нуждается в совершенствовании механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с позиций государства, региона и предприятия. Научная значимость выделенных проблем требует проведения дополнительных научных изысканий по вопросам формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, что обусловило выбор темы исследования, его цель и задачи.

Цель и задачи исследования. Целью диссертации является теоретическое аргументирование, разработка методических положений и научно-практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в условиях индустриальных регионов.

Для достижения поставленной цели в диссертационной работе решены следующие задачи:

определены сущность и особенности маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с учетом своеобразности промышленных регионов;

выявлены факторы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма;

сформулирован концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма;

проведен мониторинг рынка промышленного туризма в Донецкой Народной Республике;

определены научно-методические подходы к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма;

проанализирована инвестиционная привлекательность Донецкого региона для развития промышленного туризма;

разработан механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма;

определены направления формирования бренда Донецкой Народной Республики на основе развития промышленного туризма;

разработан проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе на основе использования маркетинговой стратегии и сформулирован методический подход к оценке его мультипликативного влияния на социально-экономическое положение региона.

Объектом исследования является процесс формирования и развития маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.

Предметом исследования являются теоретические, методические и прикладные аспекты формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч. маркетинг), в частности:

п. 9.2. Методологические основы, содержание, формы и методы стратегического и операционного маркетинга;

п. 9.27. Маркетинг территорий как фактор социально-экономического развития, повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа территории.

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке комплексного подхода к формированию научно-методических положений относительно маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в индустриальных регионах.

Основными научными результатами являются следующие:

усовершенствованы:

механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, который отличается от существующих учетом совокупности организационно-экономического, методического, нормативно-правового и информационного звеньев развития промышленного туризма, реализуется на основе разработанных принципов, методов и инструментов, и способствует обеспечению развития промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях, удовлетворяющего потребности туристов, промышленных предприятий и принимающего региона;

организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, который в отличие от существующих, основывается на использовании аналитико-экспертных методов, что позволяет учесть интересы таких сегментов целевого рынка промышленного туризма, как регион, туристы, промышленные и туристические предприятия;

научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма, который дополнен расчетом интегрального индекса инвестиционной привлекательности, и основывается на обосновании целей, задач, принципов, методов оценки, уровней диагностики и определении системы расчетных показателей. Это позволит разработать проект программы развития промышленного туризма в регионе;

организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма, которая основывается на объединении усилий органов власти, представителей бизнеса, промышленных, туристических предприятий, экскурсионных бюро и высших учебных заведений, которая позволит позиционировать индустриальный регион как привлекательную территорию для развития промышленного туризма;

научно-методическая база формирования проекта Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года, определены ее цели, основные задачи, стратегические направления и ожидаемые результаты. Ее реализация позволит обеспечить создание конкурентоспособного туристического продукта, формирование бренда ДНР путем развития промышленного туризма, увеличение объектов и субъектов туристической деятельности;

методический подход к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона, который в отличие от существующих охватывает направление генерирования в регионе прямых и косвенных социально-экономических выгод основными и инфраструктурными предприятиями промышленного туризма. Это позволит в полном объеме

определить пользу для индустриального региона от развития промышленного туризма;

получили дальнейшее развитие:

концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, определяющий единый, общий замысел стратегии развития промышленного туризма на трех уровнях (макро-, мезо- и микро-) путем сегментирования рынка, позиционирования региона как дестинации промышленного туризма и реализации комплекса маркетинга, а также учитывающий стратегические цели взаимодействия, принципы развития промышленного туризма в регионе и инструменты их реализации;

определение терминов: «маркетинговая стратегия – это совокупность направлений деятельности стратегического характера, заключающихся в разработке мероприятий по повышению конкурентоспособности, механизмов и инструментов реализации выбранной стратегии»; «промышленный туризм – это вид активного туризма, связанный с организацией регулярных туров в промышленно развитые регионы на действующие (или когда-то действовавшие) промышленные предприятия с целью удовлетворения познавательных, профессиональных, деловых, научных, образовательных и иных интересов»; «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе – это разработка долгосрочной комплексной программы мероприятий, направленных на достижение поставленных целей и приоритетных задач повышения конкурентоспособности региона за счет развития промышленного туризма, а также разработка механизмов и инструментов реализации выбранной стратегии»; «туристический бренд промышленного региона - это разработка и реализация специального комплекса мероприятий, которые обеспечивают формирование и улучшение имиджа региона, его престижа, деловой и социальной конкурентоспособности путем использования его туристического потенциала».

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическое значение состоит в углублении существующих теоретических положений по маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, а также в достигнутом уровне разработанности стратегических маркетинговых направлений эффективного использования промышленного потенциала Донецкой Народной Республики для развития промышленного туризма. Выводы и рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма могут стать основой для дальнейших исследований в области экономики и управления народным хозяйством, а именно при разработке направлений повышения инвестиционной активности и формирования благоприятного имиджа государства.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что они доведены до конкретных рекомендаций, которые могут быть использованы органами государственного управления в сфере туризма для совершенствования процесса управления туристической отраслью, деятельности отдельных субъектов рынка туристических услуг. Основные положения, выводы и рекомендации могут быть использованы как база для создания нормативных актов, регламентирующих вопросы маркетинговой стратегии развития туризма, а также для совершенствования мер, направленных на формирование и реализацию

предложений по стратегическому развитию и продвижению промышленного туризма. Разработанные предложения и стратегические маркетинговые направления развития промышленного туризма могут применяться при создании различных целевых программ развития туристско-рекреационного комплекса, внутреннего и въездного туризма на региональном и государственном уровнях.

Наиболее важное практическое значение имеют следующие теоретические и научно-прикладные разработки и рекомендации: механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма, научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертационной работе, одобрены и внедрены в деятельность следующих структур: отдела физической культуры и туризма Министерства молодежи, спорта и туризма Донецкой Народной Республики – концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма и организационная система формирования бренда ДНР как дестинации промышленного туризма (справка № 155 от 17.03.2017 г.); Управления молодежи, туризма и международных связей администрации г. Донецка – механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма и проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года (справка № 35 от 20.03.2017 г.); ООО ПКФ «ОНИКС» (ТМ «Лучиано») – научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности промышленного предприятия для развития промышленного туризма, практические рекомендации по направлениям внедрения латеральной диверсификации на промышленных предприятиях путем развития промышленного туризма (справка № 17 от 17.03.2017 г.).

Отдельные теоретические положения и материалы исследования используются в учебном процессе ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» при преподавании дисциплин: «Организация предпринимательской деятельности в туризме», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме», «Имиджелогия и PR в туризме» (справка № 08.32/432 от 10.04.2017 г.).

Связь работы с научными программами, планами, темами. Диссертационная работа является составляющей научно-исследовательских работ кафедры менеджмента ЧВУЗ «Донецкий институт туристического бизнеса» по программе хоздоговорной темы «Разработка и обоснование теоретико-методологических подходов к принятию эффективных управленческих решений на предприятиях сферы туризма с учетом социально-экономической ситуации в стране и регионе» (№ 0111U004462), где определены основные направления диверсификации деятельности туристических предприятий путем разработки промышленных туров.

Методология и методы исследования. Теоретической и методологической основой исследования стали научные концепции и прикладные разработки российских, украинских и зарубежных ученых и практиков в области маркетинга, экономики и управления туристической деятельностью. Для достижения поставленной цели и решения соответствующих задач использованы следующие

общенаучные и специальные методы: анализа и синтеза, индукции и дедукции – для обоснования дефиниции «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе»; сравнительного анализа - для изучения мирового опыта формирования и развития промышленного туризма; системного подхода - при разработке составляющих концепции и механизма реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; социологический - при изучении спроса и выявлении перспектив развития промышленного туризма; методы статистического, финансового, факторного анализа – для исследования инвестиционной привлекательности промышленных и туристических предприятий как объектов развития промышленного туризма, показателей их деятельности; методы маркетингового анализа - для определения направлений формирования бренда ДНР как дестинации промышленного туризма; программно-целевой метод - для разработки проекта Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года; графический – для построения диаграмм. Обработка данных осуществлялась с использованием современных компьютерных технологий.

Положения, выносимые на защиту. По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения:

1. Механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с выявлением основных звеньев, элементов, принципов, методов и инструментов.
2. Организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.
3. Научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма.
4. Организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма.
5. Научно-методическая база формирования проекта Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года.
6. Методический подход к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона.
7. Концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма.
8. Определения терминов «маркетинговая стратегия», «промышленный туризм», «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе», «туристический бренд промышленного региона».

Степень достоверности и апробация результатов. Диссертационная работа представляет собой самостоятельный научный труд. Научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены лично автором. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Основные научные положения и практические результаты диссертации были представлены автором и получили одобрение на научно-практических конференциях: «Социально-экономические условия развития предпринимательства» (г. Кельце (Польша), 2010 г.); «Стан та

перспективи інформаційно-інноваційного розвитку ринку туристичних послуг» (г. Святогорск, 2010 г.); «Промисловий туризм: проблеми та перспективи розвитку» (г. Донецьк, 2012 г.); «Розвиток туристичної сфери як засіб гармонізації економіки держави» (г. Святогорск, 2012 г.); «Індустріальний туризм: реалії та перспективи» (г. Кривий Ріг, 2013 г.); «Интеллектуальный потенциал XXI века» (г. Иваново, 2015 г.), «Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе» (г. Севастополь, 2016 г.); «Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы» (г. Краснодар, 2016 г.); «Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности» (г. Донецьк, 2016 г.); «Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма» (г. Орел, 2016 г.); «Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства» (г. Донецьк, 2017 г.); «Актуальные проблемы развития индустрии гостеприимства» (г. Санкт-Петербург, 2017 г.).

Публикации. По результатам исследования опубликованы 20 научных работ, в том числе: 2 коллективные монографии (32,02 п.л., из них лично автору принадлежат 1,3 п.л.), 8 статей в рецензируемых научных изданиях (3,5 п.л.), 9 работ апробационного характера (2,1 п.л., из них лично автору принадлежат 1,9 п.л.). Общий объем публикаций составляет 37,62 п.л., из которых лично автору принадлежат 6,7 п.л.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех разделов, заключения, списка литературы, содержащего 191 наименование, и приложений объемом 36 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснована актуальность темы исследования; сформулирована цель, определены задачи, объект и предмет диссертации, методы исследования; указаны ученые, работы которых посвящены проблематике маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; раскрыто практическое значение полученных результатов; определен личный вклад диссертанта; представлены результаты апробации научной работы, перечень опубликованных работ, структура и логика исследования.

В **первом разделе «Теоретические положения маркетинговой стратегии развития промышленного туризма»** определены сущность и особенности маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; выявлены факторы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в Донецком регионе, раскрыт концептуальный подход к маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, определяющий единый, общий замысел политики развития промышленного туризма на трех уровнях (макро-, мезо- и микро-).

В результате изучения научных работ, посвященных исследованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, сформулированы определения сложных терминологических конструкций «маркетинговая стратегия», «промышленный туризм», «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе», «туристический бренд промышленного

региона», которые вынесены как научная новизна.

Анализ роли маркетинга в формировании стратегических основ развития промышленного туризма в регионе позволяет сделать вывод, что маркетинг помогает определить потребителей промышленной территории, выявить их интересы, ожидания; предоставляет исходные данные для разработки стратегических планов, помогая выявить возможности и угрозы рынка, а также позволяет оценить потенциал промышленной территории; помогает разработать стратегию и выполнить задачи, поставленные в стратегическом плане развития промышленного туризма.

Анализ основных преимуществ развития промышленного туризма в условиях маркетинговой ориентации привел к необходимости их распределения на материальные и нематериальные выгоды отдельно для региона, туристов и промышленных предприятий. Исследование промышленного туризма в сравнении с другими видами туризма позволило выделить основные его маркетинговые направления, обусловленные разницей в мотивации людей к путешествиям, такие как: обучающий, научный, профессиональный, деловой, экстремальный, экологический, познавательный, социальный, культурный, концертный, хобби-туризм.

В результате анализа факторов, влияющих на реализацию таких маркетинговых направлений развития промышленного туризма в Донецком регионе, как профильный и непрофильный, разработаны рекомендации по решению проблем формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, основными из которых являются: недостаточное развитие правовой базы, отсутствие единых методик и стандартов оценивания услуг промышленного туризма, незаинтересованность и неосведомленность власти и предприятий в организации промышленного туризма.

Основой для разработки маркетинговой стратегии является анализ состояния и тенденций развития промышленного туризма в регионе, что выступает важной исходной базой для принятия управленческих решений региональными органами управления, которые призваны постоянно и активно действовать в направлениях обеспечения эффективного развития региона и повышения уровня и качества жизни населения.

Изучение организационно-методических подходов к определению маркетинговых стратегий позволило выявить, что они основаны на матричных методах, которые целесообразно использовать на микроуровне. При формировании маркетинговой стратегии развития промышленного туризма необходимо ориентироваться на такие сегменты целевого рынка, как регион, туристы, промышленные и туристические предприятия. Организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма (рисунок 1) основывается на использовании аналитико-экспертных методов, что позволяет ориентироваться на уровень региона.

Выбор маркетинговой стратегии развития промышленного туризма осуществляется на основе мониторинга маркетинговой среды, изучения и прогнозирования спроса, выявления потенциальных объектов, перспективных стратегических направлений развития промышленного туризма в регионе.

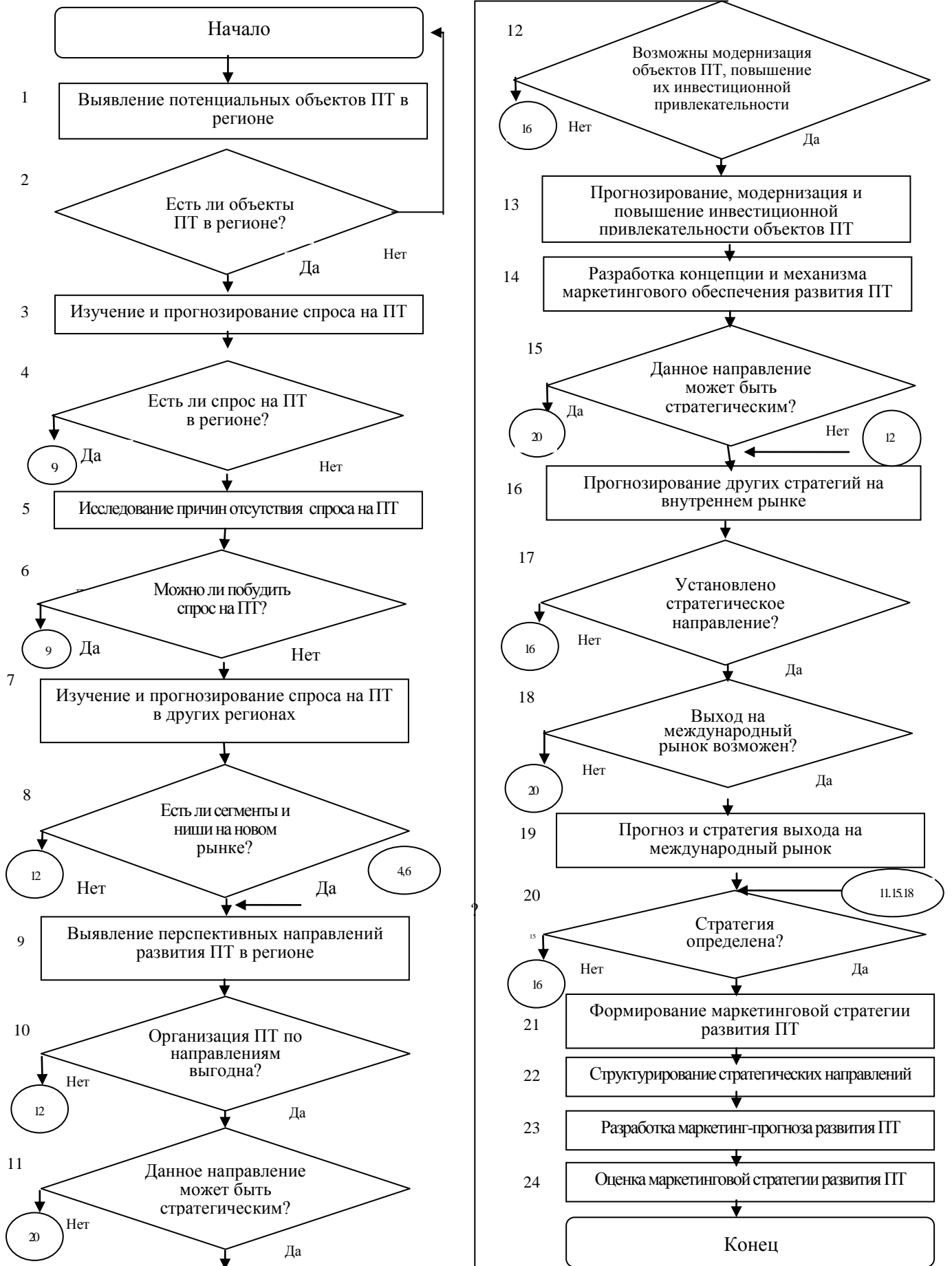


Рисунок 1 – Организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма (ПТ)

Проведенный анализ существующих маркетинговых концепций позволил сделать вывод о том, что наиболее приемлемой для развития промышленного туризма является концепция маркетинга взаимоотношений, так как она основана на установлении на рынке взаимовыгодных долгосрочных отношений неантагонистического характера и не нацеленных на получение прибыли в краткосрочном периоде. Целью данной концепции является взаимодействие предприятий, их развитие на рынке, решение социальных проблем коллектива и общества.

Сущность данной концепции заключается в том, что объектом управления маркетингом становятся отношения с покупателями (туристами), единственным способом удержать потребителя является индивидуализация отношений с ним, что становится возможным на основе развития долгосрочных взаимоотношений партнеров. Главные положения концепции взаимоотношений положены в основу концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма. Данный подход представляет собой единый, общий замысел стратегии развития промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях путем сегментирования рынка, позиционирования региона как дестинации промышленного туризма и реализации комплекса маркетинга. Кроме того, концептуальный подход учитывает стратегические цели взаимодействия, принципы развития промышленного туризма в регионе и инструменты их реализации (рисунок 2).

Пути достижения цели концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма:

исследование и оценка потенциала развития промышленного туризма на основе разработанных методов;

разработка организационной модели формирования эффективной нормативно-правовой базы по развитию промышленного туризма;

создание региональной программы стратегии формирования бренда региона как центра развития промышленного туризма;

оценка мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма;

оценка способности промышленного предприятия к реинжинирингу бизнес-процессов для развития туризма.

Второй раздел «Анализ современного состояния маркетинговой стратегии развития промышленного туризма» посвящен мониторингу рынка промышленного туризма, диагностике его инвестиционной привлекательности и оценке целесообразности внедрения промышленного туризма на предприятиях Донецкой Народной Республики.

Проведенное маркетинговое исследование в виде опроса 1000 жителей городов Донецка и Макеевки позволило выявить спрос и перспективы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

В опросе принимали участие 6 групп: люди в возрасте от 17 до 24 лет (ученики 11-х классов и студенты, 250 чел.); от 25 до 35 лет (250 чел.); от 36 до 45 лет (200 чел.); от 46 до 55 лет (150 чел.); от 56 до 65 лет (100 чел.); старше 65 лет (50 чел.).



Рисунок 2 - Концептуальный подход к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма

В ходе проведения маркетингового исследования респондентам задавались вопросы об их предпочтениях в выборе места отдыха; о факторах, влияющих на выбор места отдыха; источниках информации, из которых респонденты узнают о возможности организации отдыха; о наиболее привлекательных для посещения промышленных объектах; о характеристиках промышленных объектов, которые представляют наибольший интерес для респондентов; о целесообразности развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике. В ходе анкетирования было определено, что подавляющее большинство респондентов (80%) проявляют интерес к посещению промышленных объектов, а также 15% заинтересованы в определенных типах объектов. Это положительная тенденция, поскольку подтверждается наличие спроса на промышленный туризм.

Результаты показали, что в качестве объектов необходимо использовать предприятия пищевой промышленности, заводы по производству напитков, пива, вин, шахты, автомобильные и другие предприятия, которые имеют богатую историю и интересный процесс производства. Для предприятий пищевой промышленности необходима также организация дегустаций. Это и послужило предпосылкой для выявления особенностей разработки экскурсий на таких предприятиях. Процесс организации экскурсии на предприятия пищевой промышленности требует особого подхода и должен соответствовать таким параметрам, как: интерактивность, безопасность, демонстрация безукоризненных технологий, наглядность, зрелищность, демонстрация честности, прозрачности управления, познавательность и дегустация.

Перспективность развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике обусловлена значительной концентрацией промышленных объектов, которые вызывают интерес у туристов. Согласно созданному Министерством экономического развития ДНР, официальному каталогу «Промышленный потенциал Донецкой Народной Республики - 2016» в республике сосредоточено: 20 предприятий металлургического комплекса, 37 – машиностроения, 24 – химической промышленности, 5 – фармацевтической промышленности, 20 – промышленности строительных материалов, 3 – производства бумаги и картона, 17 – легкой промышленности, 45 – пищевой промышленности, 2 теплоэлектростанции, а также шахты. Проанализированные перспективы развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике позволили аргументировать мотивы и цели внедрения латеральной диверсификации на промышленных предприятиях.

Проведенный опрос руководителей промышленных предприятий позволил выявить их готовность к внедрению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма. Результаты опроса, в которых сумма значений ответов значительно превышает 100%, свидетельствуют о тенденции к наличию у современных руководителей не одной, а сразу нескольких стратегических целей в этом направлении. Большинство респондентов (75 %) подтвердили то, что внедрение промышленного туризма на предприятиях повлияет на повышение их инвестиционной привлекательности. Именно это обусловило разработку научно-методического подхода к оценке

инвестиционной привлекательности Донецкого региона для развития промышленного туризма (рисунок 3). Данный подход предполагает обоснование целей, задач, принципов, методов оценки, уровней диагностики, определения порядка расчетных показателей. Определение инвестиционной привлекательности промышленного туризма основывается на расчете обобщающих индикаторов - индексов его привлекательности на макро-, мезо- и микроуровнях. На основе данных индексов рассчитывается интегральный индекс инвестиционной привлекательности.

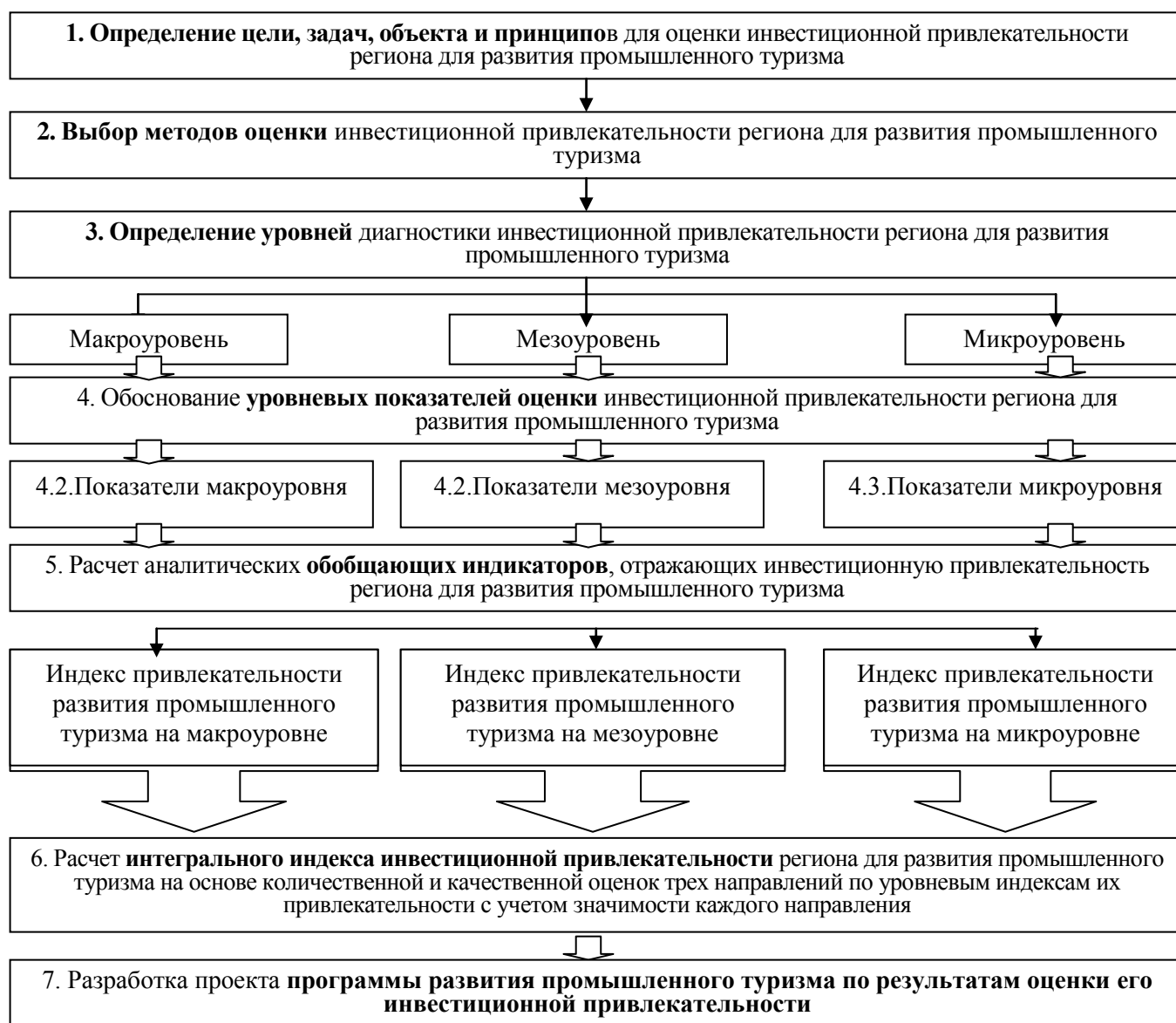


Рисунок 3 - Научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности Донецкого региона для развития промышленного туризма

Анализ каждого уровня проводится на основе систематизации и расчета уровневых показателей оценки с учетом их влияния на туризм и промышленность, в результате чего получаем индексы развития на каждом уровне и интегральный индекс инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма на основе количественной и качественной оценок трех

направлений по частным индексами их привлекательности с учетом значимости каждого направления.

Интегральный индекс инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма определяется по формуле:

$$ИИП_{итт} = (\sum ad + \sum xd) + (\sum bd + \sum yd) + (\sum cd + \sum zd) \xrightarrow{\max} 100\%, \text{ где (1)}$$

где $ИИП_{итт}$ - интегральный индекс инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма;

a - показатель инвестиционной привлекательности государства (макроуровень) с точки зрения развития промышленного туризма (показатель промышленности);

x - показатель инвестиционной привлекательности государства (макроуровень) с точки зрения развития промышленного туризма (показатель туризма);

b - показатель инвестиционной привлекательности региона (мезоуровень) с точки зрения развития промышленного туризма (показатель промышленности);

y - показатель инвестиционной привлекательности региона (мезоуровень) с точки зрения развития промышленного туризма (показатель туризма);

c - показатель инвестиционной привлекательности предприятия (микроуровень) с точки зрения развития промышленного туризма (показатель промышленных предприятий);

z - показатель инвестиционной привлекательности предприятия (микроуровень) с точки зрения развития промышленного туризма (показатель туристических предприятий);

d - удельный вес каждого показателя.

Максимальное значение, которое может получить предприятие в результате вычислений по формуле (1), равно 100%. Тогда индекс инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма будет эталонным, что свидетельствует о достижении максимальной величины данного индекса на промышленном или туристическом предприятии.

При оценке по предлагаемому научно-методическому подходу целесообразности внедрения промышленного туризма было выбрано 10 промышленных предприятий ДНР: ООО «Лаконд» (ТМ «АВК»), Зуевская ТЭС, ДП «Тор» (ТМ «Донко»), Торговый дом «Горняк» (ТМ «Геркулес», «Добрыня», «Пан фазан»), ГП «Юзовский металлургический завод», ООО «Донфрост» (ТМ «НОРД»), НПО «Ясиноватский машиностроительный завод, ООО «Колбико», ООО «Стиролбиофарм», шахта им. А.Ф. Засядько (рисунок 4) и оценена их инвестиционная привлекательность как объектов промышленного туризма.

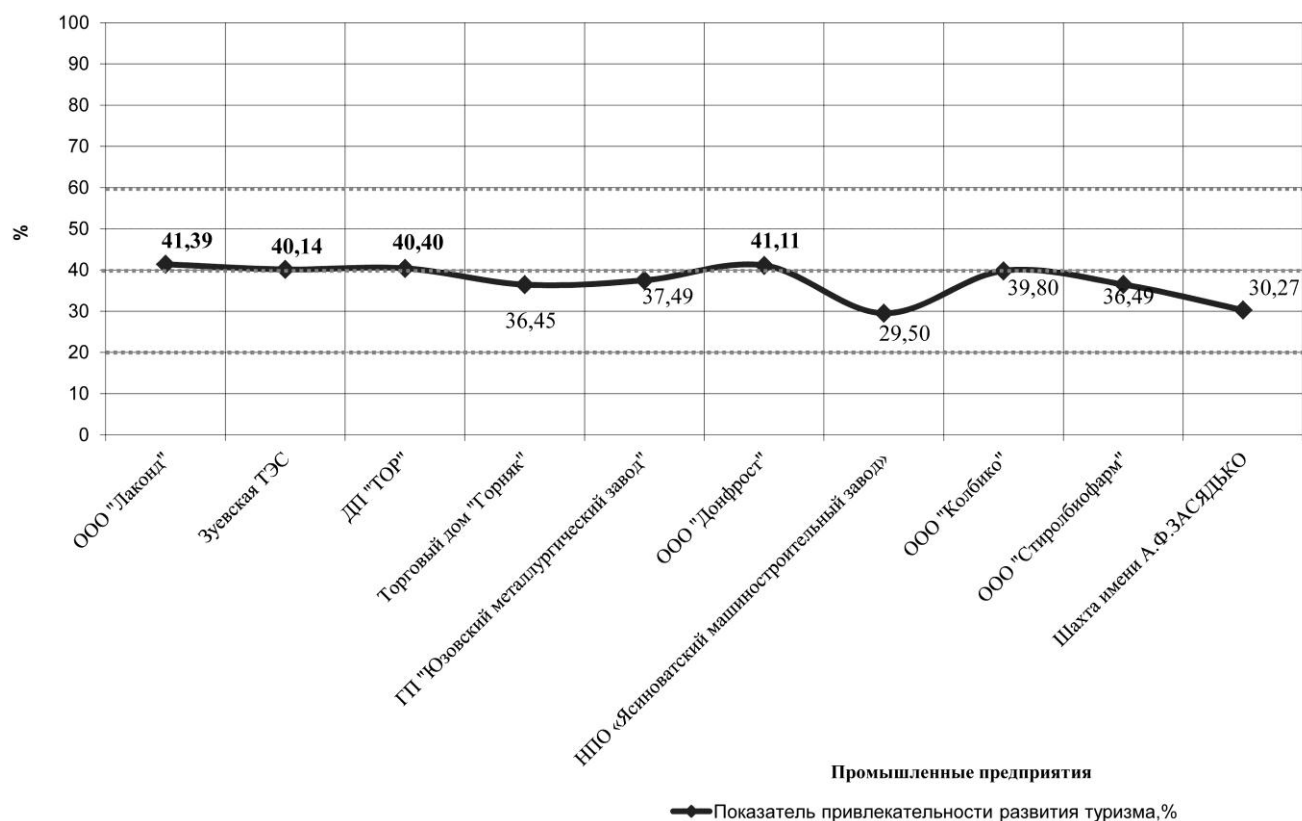


Рисунок 4 - Значение интегрального показателя инвестиционной привлекательности промышленных предприятий ДНР для развития промышленного туризма

Расчеты индекса привлекательности развития промышленного туризма на микроуровне включали анализ деятельности 5 туристических предприятий: ООО «Спутник», ООО «Илиташ-тур», туристических агентств «Мир путешествий» (ФЛП Маки Надия Аббас), «Манго-тур» (ФЛП Приходная Галина Владимировна), «Риксос-тур» (ФЛП Латыфский Альберт Адиевич) (рисунок 5).

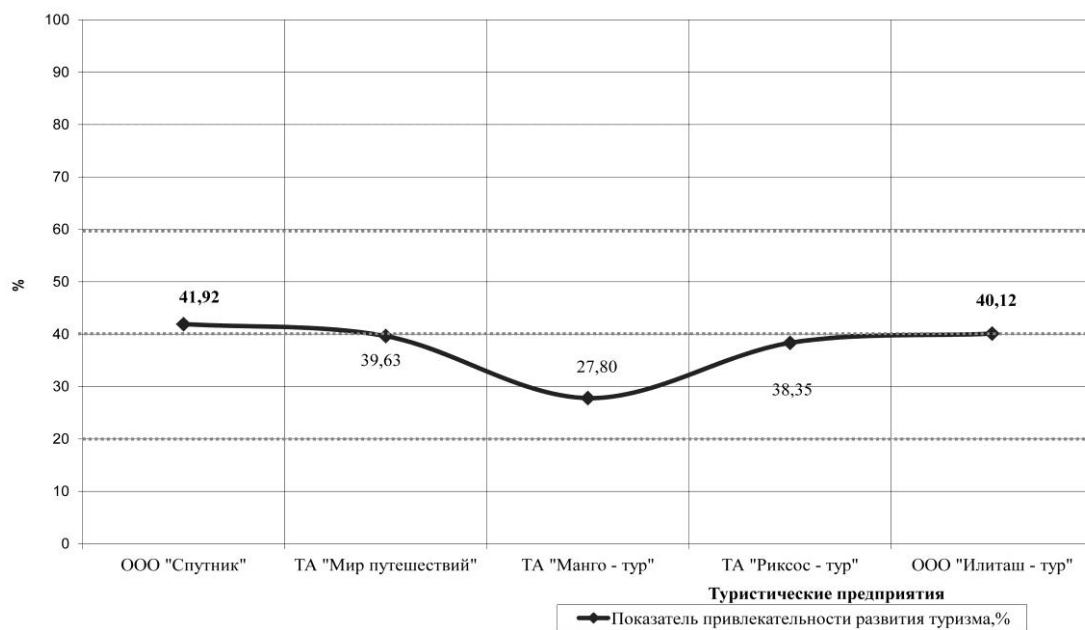


Рисунок 5 - Значение интегрального показателя инвестиционной привлекательности туристических предприятий ДНР для развития промышленного туризма

Результаты расчетов показали, что почти все выбранные промышленные предприятия (за исключением НПО «Ясиноватский машиностроительный завод») имеют высокие значения показателя, требуют несущественных корректировок в деятельности по внедрению стратегии диверсификации за счет развития промышленного туризма, а крупнейшие туристические предприятия (ООО «Илиташ-тур» и ООО «Спутник») способны внедрить комплекс мер по развитию промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

В третьем разделе «Методические основы обеспечения маркетинговой стратегии развития промышленного туризма» представлены механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; направления формирования бренда Донецкой Народной Республики; проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года и оценка его мультипликативного влияния на социально-экономическое положение региона.

Результаты анализа существующих маркетинговых стратегий развития промышленного туризма, которые целесообразно применять на макро-, мезо- и микроуровнях, позволили прийти к выводу, что целесообразно использовать «микс-стратегию» (объединенную стратегию), которая предусматривает объединение стратегических приоритетов и системный подход к построению единой маркетинговой стратегии развития промышленного туризма с отделением тех или иных стратегических ориентиров в зависимости от конъюнктуры туристического рынка.

На основе концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма разработан механизм ее реализации (рисунок 6). Данный механизм представляет собой совокупность организационно-экономического, методического, нормативно-правового и информационного звеньев развития промышленного туризма. На основе этого механизма определены основные мероприятия на общегосударственном, региональном и местном (локальном) уровнях для стимулирования развития промышленного туризма и объектов его инфраструктуры в Донецкой Народной Республике.

Для развития туризма в Донецком регионе следует сосредоточиться на: разработке маркетинговых программ развития туризма и краеведения; организации содержательного оздоровления и экскурсионного обслуживания путешественников; подготовке кадров; проектировании нововведений, новых услуг и продуктов, которые смогут обеспечить новые возможности для сбыта, а также удовлетворить потребности туристов. В условиях политической нестабильности это выполнить крайне тяжело, но возникает необходимость ребрендинга ДНР от негативного имиджа военной опасной территории к дестинации промышленного туризма. При формировании положительного имиджа, а в дальнейшем и туристического бренда Донецкой Народной Республики необходим системный подход, при котором определяющими являются не только роль власти, основная задача которой заключается в выполнении информационно - коммуникационной функции территориального маркетинга, но и растущая роль общественных организаций и бизнеса.

**СОСТАВЛЯЮЩИЕ МЕХАНИЗМА РЕАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ
ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА**

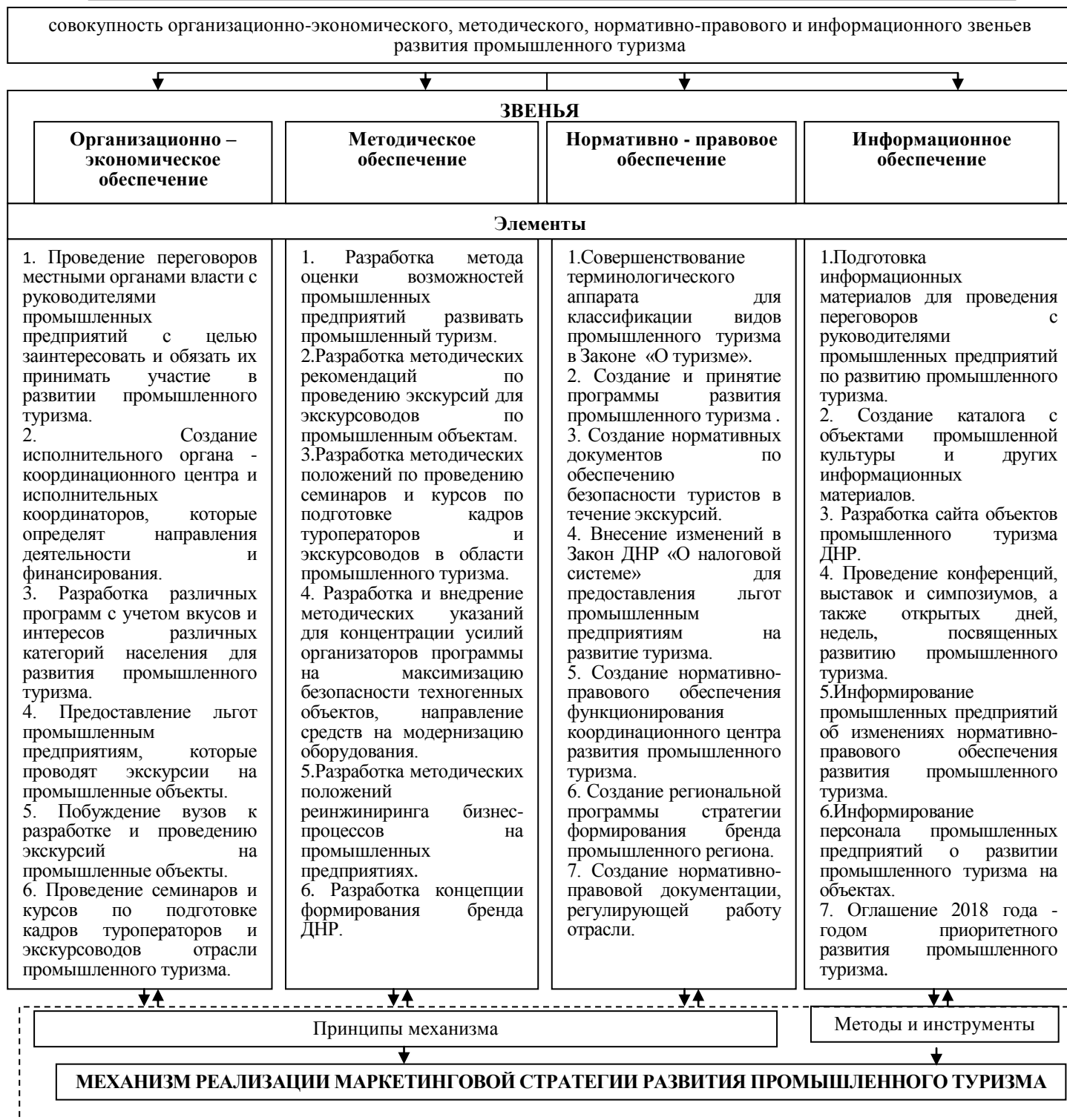


Рисунок 6 - Механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма

Обеспечение высоких индексов конкурентной идентичности Донецкого региона предполагает активное и тесное сотрудничество властей, представителей гражданского общества и бизнеса. На основе этого усовершенствована организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики путем развития промышленного туризма (рисунок 7).

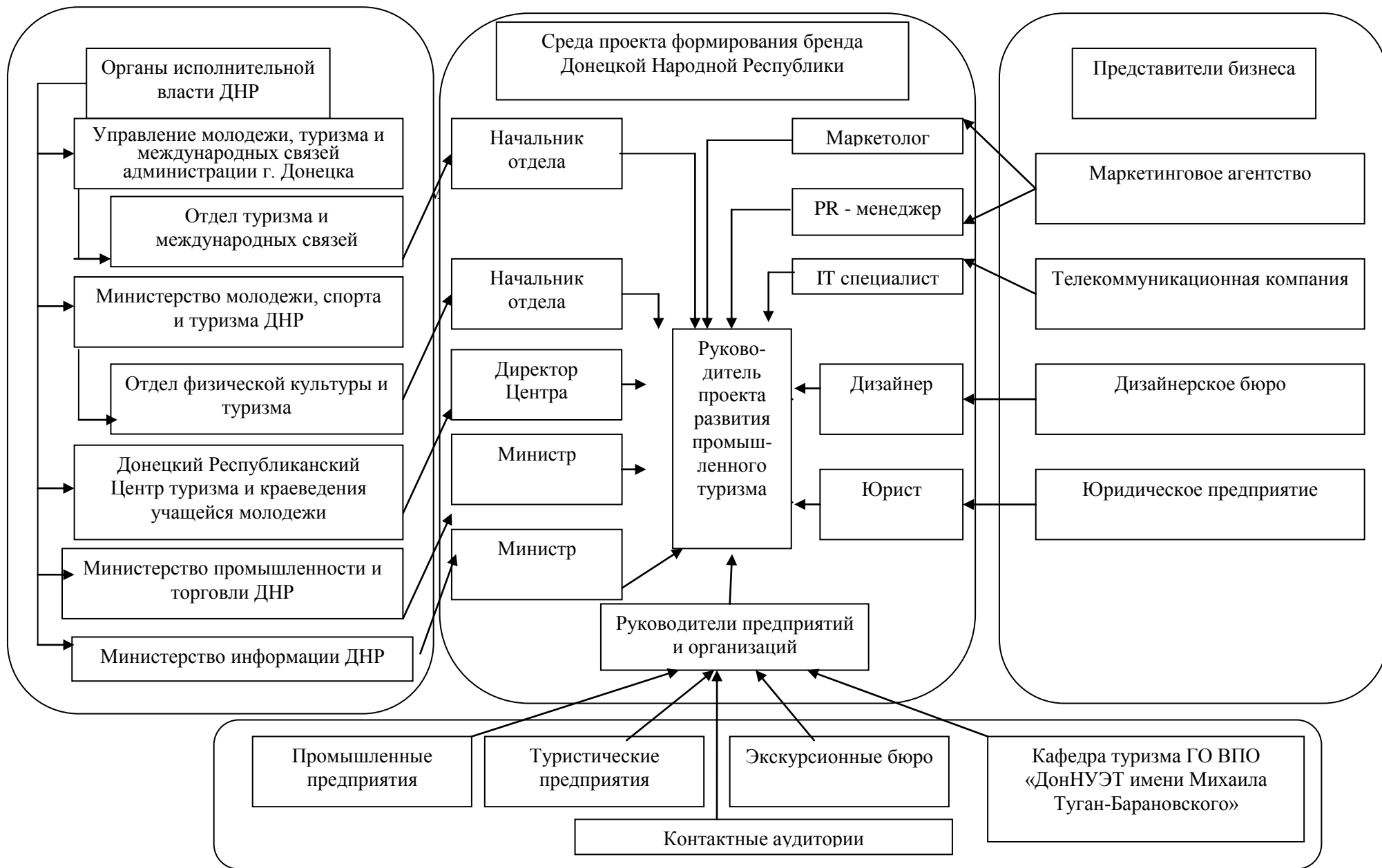


Рисунок 7 - Организационная система формирования бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма

Для работы по формированию туристического бренда должны быть задействованы органы исполнительной власти ДНР: Управление молодежи, туризма и международных связей, Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР, Донецкий Республиканский Центр туризма и краеведения учащейся молодежи ДНР, Министерство промышленности и торговли ДНР, Министерство информации ДНР; представители бизнеса, руководители предприятий по туризму и контактные аудитории.

С целью реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма разработан проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года (таблица 1), определены его стратегические цели, основные задачи и ожидаемые результаты выполнения. Основными целями разработки Программы являются создание конкурентоспособного туристического продукта, формирование бренда ДНР путем развития промышленного туризма, увеличение объектов и субъектов туристической деятельности, что приведет к снижению монопрофильности городской экономики и углублению ее диверсификации.

Основные задачи Программы:

оптимизация использования существующих, возобновление утраченных и создание новых промышленных объектов;

привлечение инвестиций в деятельность промышленных предприятий;

создание условий для культурного и духовного развития граждан;

проведение систематических мероприятий по формированию и продвижению бренда региона на международном уровне, а также изменение его имиджа с сугубо индустриального на регион с различной экономической деятельностью, в том числе и туристической.

На основе методических подходов к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона обосновано, что данный мультипликативный эффект можно оценить как совокупность прямых экономического и социального эффектов и косвенных экономического и социального эффектов.

$$\mathcal{E}_m = \mathcal{E}_n^p + \mathcal{E}_n^c + \mathcal{E}_k^p + \mathcal{E}_k^c, \quad (2)$$

где \mathcal{E}_n^p , \mathcal{E}_k^p - соответственно мультипликативный прямой и косвенный экономические эффекты региона от развития промышленного туризма;

\mathcal{E}_n^c , \mathcal{E}_k^c - соответственно мультипликативный прямой и косвенный социальные эффекты региона от развития промышленного туризма.

При расчете мультипликативного эффекта от развития промышленного туризма по данному подходу учитываются не только первичные доходы, полученные основными и инфраструктурными предприятиями промышленного туризма, но и вторичные доходы, полученные от расходования ими первичных доходов.

Таблица 1 – Проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе на период до 2020 года (фрагмент)*

Стратегические направления Программы	Обоснование необходимости реализации	Ответственные исполнители	Сроки исполнения
Формирование эффективной структуры управления развитием промышленного туризма в Донецком регионе посредством создания и обеспечения работы исполнительного органа - координационного центра и исполнительных региональных координаторов, которые определяют границы деятельности и финансирования	Популяризация туристического потенциала региона	Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР	2017 г.
Организационное направление, которое предусматривает подготовку предложений в высшие органы власти о принятии нормативно – правовых актов, которые способствуют развитию промышленного туризма и поддержке Программы, подписание соответствующего меморандума о сотрудничестве городской власти и руководства промышленных предприятий	Нормативно – правовое обеспечение развития промышленного туризма	Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР; доценты кафедры туризма ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского	2017 г.
Бизнес-направление, целью которого является содействие развитию субъектов хозяйствования, которые осуществляют деятельность в туристической отрасли, увеличению объемов продаж туристического продукта: предоставление финансовой помощи и льгот промышленным предприятиям, которые проводят экскурсии на промышленные объекты	Обеспечение и развитие механизмов финансовой поддержки промышленного туризма	Министерство доходов и сборов ДНР, Центральный Республиканский банк ДНР	2018-2019 гг.
Промоушн – рекламное направление, которое предусматривает осуществление информационной деятельности по продвижению промышленного туризма на государственный и международный рынки, составление рекламных маршрутов по промышленным объектам ДНР, стимулирование спроса, разработку информационного наполнения, издание и распространение печатной продукции о регионе и его туристическом потенциале, обеспечение создания и функционирования сайта промышленного туризма, информационная поддержка средств массовой информации, публикующих материалы по вопросам развития промышленного туризма	Информационная поддержка развития промышленного туризма	Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР	Ежегодно
Образовательно – культурное направление, которое предусматривает разработку и реализацию краеведческих, профориентационных, патриотических программ в учреждениях образования		Министерство образования и науки ДНР	Ежегодно
Инфраструктурное направление предполагает проработку вопросов по организации зон отдыха на базе отработанных карьерно-отвалных комплексов, общедоступных смотровых площадок, создание детских хостелов на базе образовательных учреждений региона	Обеспечение доступности промышленных объектов	Комитет Народного Совета по бюджету, финансам и экономической политике	2018-2019 гг.
Направление безопасности проведения экскурсий, предусматривает разработку и выполнение организационных мероприятий и технических требований к безопасности туристов, разработку мероприятий по оказанию необходимой помощи в случае возникновения чрезвычайных ситуаций		Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР, промышленные предприятия	2017-2018 гг.
Кадровое направление предусматривает содействие организации и эффективной работе курсов экскурсоводов по промышленным объектам ДНР		Кафедра туризма ГО ВПО ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского	2017-2018 гг.
Инвестиционное направление предусматривает создание стимулов для притока инвестиций в развитие промышленного туризма Донецкого региона, содействие применению специальных режимов кредитования инновационных проектов, разработку упрощенных таможенных режимов для реализации инвестиционных проектов	Стимулирование инвестиционной привлекательности промышленных объектов	Министерство экономического развития ДНР, промышленные предприятия	Ежегодно
Направление формирования бренда Донецкого региона как дестинации промышленного туризма	Информационная поддержка и популяризация турпотенциала региона	Министерство молодежи, спорта и туризма ДНР,	Ежегодно

*Примечание: источниками финансирования Программы являются средства исполнителей

Комплекс практических рекомендаций по формированию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, предлагаемый в диссертационной работе с позиции системного подхода, структурирован следующим образом: применение концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма; внедрение механизма ее реализации; формирование организационной системы разработки бренда Донецкой Народной Республики как дестинации промышленного туризма на основе оценки инвестиционной привлекательности промышленных и туристических предприятий; принятие проекта Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе на период до 2020 года.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертационной работе предложено новое решение важной научной задачи обобщения теоретических и научно-методических подходов к совершенствованию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в условиях индустриальных регионов. Результаты выполненного исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. Сформулированы определения сложных терминологических конструкций на основе анализа теоретических понятий «стратегия», «маркетинговая стратегия», «маркетинговая стратегия развития», «стратегия развития туризма», «промышленный туризм», «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма» (которая рассматривается с точки зрения региона, а не на уровне туристического предприятия). Выявлены материальные и нематериальные преимущества развития промышленного туризма по трем направлениям: для региона, туристов и промышленных предприятий с учетом маркетинговой ориентации, а также маркетинговые направления промышленного туризма, обусловленные разницей в мотивации людей к путешествиям.

2. На основе маркетинговой категоризации промышленного туризма выделены направления маркетинговой стратегии его развития, основанные на формировании туристического бренда промышленного региона, обоснованного как разработка и реализация специального комплекса мероприятий, которые обеспечивают формирование и улучшение имиджа региона, его престижа, деловой и социальной конкурентоспособности путем использования его туристического потенциала. В результате анализа факторов, влияющих на реализацию маркетинговых направлений развития промышленного туризма, предложен комплекс мер по решению проблем формирования маркетинговой стратегии его развития.

3. На основе определения роли маркетинга в стратегическом планировании развития промышленного туризма разработан организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, который отличается от существующих тем, что предназначен для применения на уровне региона на основе аналитико-экспертных методов, а не матричных, которые целесообразно использовать на микроуровне. Проведенный анализ существующих маркетинговых концепций позволил сделать вывод о том, что наиболее приемлемой для развития

промышленного туризма является концепция маркетинга взаимоотношений, главные положения которой положены в основу концептуального подхода к разработке маркетинговой стратегии развития промышленного туризма. Данный подход представляет собой совокупность направлений деятельности, предпринимаемой для целенаправленного формирования и продвижения имиджа и бренда региона путем развития промышленного туризма, определяющих единый, общий замысел стратегии развития промышленного туризма на трех уровнях: макро-, мезо- и микро-, учитывающих стратегические цели взаимодействия, принципы развития промышленного туризма в регионе и инструменты их реализации.

4. В рамках анализа современного состояния и стратегических основ развития промышленного туризма проведен опрос 1000 жителей городов Донецка и Макеевки с целью выявления спроса на промышленный туризм. Результаты данного маркетингового исследования подтвердили интерес к процессу производства на промышленных предприятиях и к промышленным объектам. Выбор направления и вида промышленного туризма зависят от принадлежности населения к определенной социальной группе. Исследование показало, что в качестве объектов необходимо использовать предприятия пищевой промышленности, заводы по производству напитков, пива, вин, шахты, автомобильные и другие предприятия, которые имеют богатую историю и интересный процесс производства. Поскольку лидирующую позицию по привлекательности занимают производства пищевой промышленности, были определены особенности организации экскурсий на такие предприятия.

5. Выявлен потенциал развития промышленного туризма в регионе путем определения его перспективных объектов, что позволило аргументировать мотивы и цели внедрения латеральной диверсификации на промышленных предприятиях. Для определения готовности объектов промышленного туризма к внедрению маркетинговой стратегии его развития был проведен опрос руководителей ведущих промышленных предприятий, который подтвердил их заинтересованность в данном направлении и то, что внедрение промышленного туризма на предприятиях повлияет на повышение их инвестиционной привлекательности. Именно это обусловило разработку научно-методического подхода к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма. Данный подход предполагает обоснование целей, задач, принципов, способов исследования, уровней диагностики, определения системы расчетных показателей. Определение инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма основывается на расчете обобщающих индикаторов - индексов привлекательности промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях. На основе данных индексов рассчитывается интегральный индекс инвестиционной привлекательности промышленного туризма. Предложенный подход позволяет получить достоверную оценку и при этом не требует больших финансовых затрат.

6. Анализ инвестиционной привлекательности 10 промышленных и 5 туристических предприятий позволил сделать вывод о том, что почти все выбранные промышленные предприятия (за исключением НПО «Ясиноватский

машиностроительный завод») имеют высокие значения показателя, требуют несущественных корректировок в деятельности по внедрению стратегии диверсификации за счет развития промышленного туризма, а туристические предприятия (ООО «Илиташ-тур» и ООО «Спутник») способны внедрить комплекс мер по развитию промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

7. На практике используются различные маркетинговые стратегии развития промышленного туризма, но в большинстве случаев они применяются на уровне туристического предприятия, а не региона. С учетом специфики промышленного туризма определены приоритетные маркетинговые стратегии его развития на макро-, мезо- и микроуровнях, что позволило сделать вывод о целесообразности применения «микс-стратегии», которая объединяет в себе направления таких стратегий: стимулирующего маркетинга, формирования имиджа и бренда региона как дестинации промышленного туризма, латеральной диверсификации для промышленных предприятий, диверсификации туруслуг для туристических предприятий и стратегии репутации. Это послужило основой для определения структуры и состава элементов механизма реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, его цели, задач, принципов, функций, методов, инструментов, а также основных мероприятий на общегосударственном, региональном и местном (локальном) уровнях для стимулирования развития промышленного туризма и объектов инфраструктуры промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

8. Путем использования инструментов механизма реализации маркетинговой стратегии, разработана организационная система формирования бренда региона как дестинации промышленного туризма, которая основывается на проведенном SWOT-анализе привлекательности Донецкого региона, и предусматривает составление рекламных маршрутов по промышленным объектам ДНР в рамках реализации маркетингового плана продвижения бренда.

9. Усовершенствована научно-методическая база проекта Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года, определены его цели, основные задачи, стратегические направления реализации и ожидаемые результаты. Наряду со значительным экономическим потенциалом промышленный туризм сочетает прямой и косвенный эффекты и выступает фактором роста результативности всех предприятий, участвующих в промышленном бизнесе, что создает мультипликативный эффект от его развития. С учетом этого разработан методический подход к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона, обосновано, что данный мультипликативный эффект можно оценить с позиции доходов, аккумулированных предприятиями промышленной, туристической индустрии и смежных сфер экономической деятельности.

Среди направлений дальнейших исследований в области экономики и управления народным хозяйством необходимо выделить разработку механизмов государственно-частного партнерства в развитии промышленного туризма, а также инструментов повышения конкурентоспособности региона за счет развития промышленного туризма.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии

1. Целевая программа развития и поддержки малого и среднего предпринимательства в городе Донецке на период до 2020 года: монография / А.А. Лукьянченко, А.И. Амоша, Г.А. Гришин [и др.] ; Ин-т экономики пром-сти НАН Украины. – [2-е изд., доп., перераб. и испр.]. – Донецк : [ИЭП НАН Украины], 2013. – 214 с. *Личный вклад*: определены направления развития рынка туристических услуг при проведении ЕВРО-2012 и в дальнейшей перспективе.
2. Панасюк, К.А. Важливість формування туристичного бренду в історичних промислових регіонах / К.А. Панасюк, В.Г. Антонєць // Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку: монографія / Кол. авторів; ред. Н.П.Мешко, В.Э. Редько, О.П. Крупський. – Дніпро: Акцент ПП, 2016. – С. 251-264. *Личный вклад*: систематизированы подходы к определению брендинга промышленной территории, сформулированы его цели и критерии успешности.

Публикации в рецензируемых научных изданиях

3. Кулеш¹, В. Г. Перспективи розвитку промислового туризму в світі та Україні / В. Г. Кулеш // Вісник ДІТБ. – Донецьк: ДІТБ. - 2010. - № 14. - С. 90-95.
4. Кулеш, В. Г. Дослідження попиту та виявлення перспектив розвитку промислового туризму в Донецькій області / В. Г. Кулеш // Вісник ДІТБ. – Донецьк: ДІТБ. - 2011. - № 15. - С. 189-196.
5. Кулеш, В.Г. Промисловий туризм як основа формування туристичного бренду індустріального регіону / В. Г. Кулеш // Вісник ДІТБ. – Донецьк: ДІТБ. - 2012. - № 16. - С. 109-114.
6. Кулеш, В. Г. Системний підхід до розвитку промислового туризму в Донецькому регіоні / В. Г. Кулеш // Економічний вісник Донбасу. - 2012. - № 3(29). - С. 37-41.
7. Кулеш, В.Г. Концептуальні засади розвитку промислового туризму в Донбасі / В.Г. Кулеш // Економічний вісник Донбасу. - 2013 - № 1 (31). – С.11-15.
8. Кулеш, В.Г. Методика оцінки інвестиційної привабливості розвитку промислового туризму / В.Г. Кулеш // Вісник ДІТБ.- Донецьк: ДІТБ. - 2013. - № 17. – С. 231-237.
9. Антонєць, В.Г. Механізм формування бренду Донецького регіону путем розвитку промислового туризму / В.Г. Антонєць // Торговля и рынок. – Донецк. - 2016. - № 1 (39). – С.120-127.
10. Антонєць, В.Г. Особенности организации экскурсий на предприятия пищевой промышленности / В. Г. Антонєць // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – С. 81-84.

Публикации в других изданиях

11. Антонєць, В.Г. Создание благоприятных условий для экспорта туристско-рекреационных услуг Донбасса путем проведения экскурсий на

¹ Фамилия Кулеш изменена на Антонєць на основании свидетельства о заключении брака от 21.06.2013г. (соответствующая актовая запись в государственном реестре № 319264)

промышленных предприятиях / В.Г. Антонец // Мир науки и инноваций. – Выпуск 2(2). Том 12. – Иваново: Научный мир. - 2015 – С. 13-18.

Публикации апробационного характера

12. Kuliesh, V. The conceptual innovative approach to the tourism development on industrial territories / V. Kuliesh // Социально – экономические условия развития предпринимательства: материалы V международной научной конференции, г. Кельце (Польша). - 2010 г., 14-15 октября. – С.321-326.

13. Кулеш В.Г. Інноваційний підхід до розвитку туризму на промислових територіях / В.Г. Кулеш // Стан та перспективи інформаційно-інноваційного розвитку ринку туристичних послуг: матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу (м. Святогірськ, 24-26 вересня 2010 р.) / Донецьк ін.-т турист. бізнесу. – Донецьк. – 2010. – С.355-357.

14. Кулеш В.Г. Напрямки удосконалення концепції розвитку промислового туризму / В.Г. Кулеш // Розвиток туристичної сфери як засіб гармонізації економіки держави: матеріали IX Всеукраїнської науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу (м. Святогірськ, 29 вересня 2012 р.) / Донецьк ін.-т турист. бізнесу. – Донецьк. – 2012. – С.25-27.

15. Кулеш В.Г. Європейський шлях індустріальної спадщини (ERIH) як основа розвитку промислового туризму в Україні // В.Г. Кулеш // Промисловий туризм: проблеми та перспективи розвитку: матеріали XIV міжнародної студентської науково-практичної конференції. – Донецьк, 2012.- С.6-7.

16. Антонець, В.Г. Латеральна диверсифікація діяльності промислових підприємств з метою розвитку промислового туризму / В.Г. Антонець // Індустріальний туризм: реалії та перспективи: матеріали I міжнародного науково-практичного форуму Криворізького національного університету. – Кривий Ріг: Вид. Р. А. Козлов, 2013.- С. 38-42.

17. Антонец В.Г. Повышение конкурентоспособности индустриальных регионов путем формирования туристического бренда / В.Г. Антонец // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: материалы V междунар. науч.-практ. интернет-конф., 29 февраля 2016 г.- Т2.- Донецк / Донец.нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган- Барановского. – Донецк: [ДонНУЭТ], 2016. - С. 167-172.

18. Ангелина, И.А. Оценка инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма / И.А. Ангелина, В.Г. Антонец // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы: материалы IV международной научно-практической конференции. – Краснодар: Кубанский гос.ун-т, 2016. – С.435-439. *Личный вклад*: разработана система оценки инвестиционной привлекательности развития промышленного туризма.

19. Антонец, В.Г. Эффективность промышленного туризма и его влияние на социально-экономическое развитие региона/ В.Г. Антонец // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: материалы VI международной интернет-конференции. - Орел, 2016. – С.75-81.

20. Антонец, В.Г. Направления развития промышленного туризма в Донецком регионе / В.Г. Антонец // Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства: материалы I международной научно-практической конференции. – Донецк: Минмолспорттуризма, ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2017. – С.126-129.

АННОТАЦИЯ

Антонец В.Г. Маркетинговая стратегия развития промышленного туризма. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05. - Экономика и управление народным хозяйством. – Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецкая Народная Республика, 2017.

Диссертационная работа посвящена актуальным проблемам разработки методических и научно-практических рекомендаций по формированию маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

В диссертации путем гносеологического анализа особенностей маркетинговой стратегии развития промышленного туризма уточнены понятия: «маркетинговая стратегия», «стратегия развития туризма», «промышленный туризм», «маркетинговая стратегия развития промышленного туризма в регионе», «туристический бренд промышленного региона». Рассмотрены факторы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, которые позволили определить его профильное и непрофильное направления внедрения в регионе.

Предложен организационно-методический подход к определению маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, согласно которому необходимо ориентироваться на такие сегменты целевого рынка, как регион, туристы, промышленные и туристические предприятия. Исходя из того, что внедрение промышленного туризма целесообразно рассматривать на трех уровнях: макро-, мезо- и микро-, обоснована маркетинговая концепция его стратегического развития в регионе.

Путем анкетного опроса проведен мониторинг рынка промышленного туризма, который позволил выявить спрос и перспективы формирования маркетинговой стратегии развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

Разработан научно-методический подход к оценке инвестиционной привлекательности региона для развития промышленного туризма, включающий систему расчетных показателей: индексов привлекательности промышленного туризма на макро-, мезо- и микроуровнях. На основе расчета данных показателей проведен анализ инвестиционной привлекательности Донецкого региона для развития промышленного туризма.

Сформулирован механизм реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма, в котором представлены основные мероприятия на общегосударственном, региональном и местном уровнях для стимулирования развития промышленного туризма в Донецкой Народной Республике.

Использование результатов анализа ранее существовавших бренд-проектов Донецкого региона и необходимость его ребрендинга от негативного имиджа военной опасной территории к дестинации промышленного туризма, позволили определить организационную систему формирования бренда Донецкой Народной Республики путем развития промышленного туризма.

С целью реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма разработан проект Программы развития промышленного туризма в Донецком регионе до 2020 года. На основе методических подходов к оценке мультипликативного влияния реализации маркетинговой стратегии развития промышленного туризма на социально-экономическое положение региона, обосновано, что данный мультипликативный эффект можно оценить как совокупность прямых экономического и социального эффектов, а также косвенных экономического и социального эффектов.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, промышленный туризм, туристический бренд промышленного региона, маркетинговая концепция развития промышленного туризма, инвестиционная привлекательность объектов промышленного туризма, мультипликативный эффект.

SUMMARY

Antonets V.G. Marketing strategy of industrial tourism development. - As a manuscript.

The thesis for the degree of candidate of economical sciences, specialty 08.00.05 Economy and management of a national economy. – State establishment of higher professional education «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky», Donetsk People's Republic, 2017.

The thesis is dedicated to solving the actual problem of making methodological, scientific and practical recommendations on the formation of a marketing strategy for industrial tourism development in Donetsk People's Republic.

The theoretical principles of industrial tourism development by the gnosiological analysis are investigated in thesis; descriptions of "marketing strategy", "tourism development strategy", "industrial tourism", "marketing strategy for the industrial tourism development in the region", "tourism brand of the industrial region".

The formation factors of marketing strategy of industrial tourism development, are considered, which allowed to determine its profile and non-profile directions of introduction in the Donetsk region. An algorithm for marketing strategy determining for the industrial tourism development is proposed. The conceptual approach to marketing strategy of industrial tourism development is proved; which defines common plan for the industrial tourism development of at three levels: macro, meso and micro, by market segmenting, region positioning as an industrial tourism destination. Also there were made the market's monitoring of industrial tourism in Donetsk People's Republic, methods for assessing the investment attractiveness of the region for industrial tourism development are offered.

The mechanism of marketing strategy realization of industrial tourism development is formulated. An organizational chart of the brand strategy for the Donetsk region as industrial tourism destination is developed.

In order to implement the marketing strategy for the industrial tourism development, a program draft for the industrial tourism development in the Donetsk region until 2020 has been offered, the multiplicative effect of this program draft is estimated.

Keywords: marketing strategy, industrial tourism, tourist brand of industrial region, marketing concept of industrial tourism development, investment attractiveness of industrial tourism objects, multiplicative effect.

Подписано к печати 28.04.2017 г. Формат 60x841/16.
Усл. печ. л. 1,5. Печать – ризография.
Заказ 26/12. Тираж 100 экз.

Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.
Свидетельство о государственной регистрации физического
лица-предпринимателя № 40160 серия АА02 от 05.12.2014 г.
ДНР, 283014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.
Тел.: +38(050) 524-50-36, e-mail: ksg11@ukr.net.