

## Промышленный туризм как стратегия развития территории

А. Г. Сарафанова✉, А. А. Сарафанов

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,  
Российская Федерация  
(119191, г. Москва, Ленинские горы, 1)

**Аннотация.** Цель – изучить и рассмотреть промышленный туризм как подвид туристской деятельности. Объектом исследования является промышленный туризм. На примере Греции в статье исследован опыт промышленного туризма. Развитие индустриальных форм туризма было проанализировано как важный показатель развития территорий, которые можно адаптировать для туристических целей и использовать в качестве инструментов для экономического развития и реструктуризации региона. Научная новизна: изучение производственных полей как площадок для промышленного туризма, так как случаи превращения заброшенных заводов в туробъект становятся более успешными.

**Материалы и методы.** Исследование базируется на методах анализа и синтеза. В работе использовались научные труды как отечественных, так и зарубежных ученых. Синтез научных статей за период 2019–2023 гг. проявил всплеск интереса к промышленному туризму среди ученых. На основе полученных данных выявлена необходимость системного подхода к изучению промышленного туризма.

**Результаты и обсуждение.** Чтобы увеличить доходность от посетителей промышленные предприятия стали осваивать туризм, преобразуя свое производство. В данный вид туризма входят: экскурсии по самому заводу, музеям, корпоративным местам, паркам.

**Выводы.** Актуальность изучения проблематики промышленного туризма предопределена его важностью в решении социально-экономических проблем субъектов и экономики в целом. Популяризация промышленного туризма обеспечивает увеличенный спрос на продукцию, рост престижа рабочих профессий, появление туристской инфраструктуры, сглаживание неравномерного территориального развития.

**Ключевые слова:** промышленный туризм, предприятие, турпродукт, экскурсия, Греция.

**Источник финансирования:** работа выполнена в рамках государственного задания географического факультета и НИР «Факторы и механизмы территориальной организации устойчивого развития туризма и рекреации» (ЦИТИС 121051400059-6) в МГУ имени М. В. Ломоносова.

**Для цитирования:** Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А. Промышленный туризм как стратегия развития территории // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология, 2025, № 3, с. 69–75. DOI: <https://doi.org/10.17308/geo/1609-0683/2025/3/69-75>

### ВВЕДЕНИЕ

Авторами обосновывается необходимость использования системного подхода для выявления особенностей промышленного туризма. Рассмотрены вопросы развития данного вида туризма на базе как действующих, так и выведенных из эксплуатации производственных объектов. Термин промышленный туризм трактуется по-разному: постиндустриальный, промышленный, культурный и туризм индустриального наследия. Однако термин «промышленный туризм» является наиболее используемым. В нынешних обстоятельствах данный вид туризма не столь популярное направление, а необходимый фактор развития экономики региона, так как он способствует решению задач бизнеса. Однако пока доля промышленного туризма во внутреннем туризме составляет всего 1–3 %, но склонна к увеличению в условиях трудного международного обмена. Регионы Российской Федерации стараются разнообразить свой туристический потенциал путем

адаптации/трансформации инфраструктуры промышленного туризма как альтернативного вида туризма. Российским городам и их предприятиям необходимо проявлять лояльность к заинтересованным туристам и смело открывать двери своих мастерских. Подготовка производства к приему туристов стимулирует компанию к улучшению корпоративного климата, который выражается в важных элементах гостеприимства: чистоте на рабочем месте, опрятной спецодежде, современном оборудовании. Кроме того, доход от продажи сувенирной продукции, расположенной в местах окончания экскурсий, на 30 % выше, чем в других местах реализации фабричной продукции.

### МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

В статье рассмотрена теоретическая база промышленного туризма, показана разносторонняя трактовка термина разными авторами (Chen Y. и Morrison A., Soye D., Frew E., Steinecke A., Kronenberg M.), приведе-

© Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А., 2025

✉ Сарафанова Анастасия Геннадьевна, e-mail: [anastasyast@yandex.ru](mailto:anastasyast@yandex.ru)



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.

ны три типа данного вида туризма. Определены объекты и сценарии промышленного туризма. Как пример развития индустриального туризма рассмотрен опыт Греции. В рамках анализа территории РФ выявлены популярные места промышленного туризма, в некоторых регионах показан турпоток на производственные предприятия.

В процессе работы над статьей авторами использовались такие методы как: анализ, синтез, обобщение. Поставлен исследовательский вопрос: необходимость развития устойчивых форм туризма. Задачи исследования: 1) охарактеризовать теоретическую основу промышленного туризма на основе анализа научных статей; 2) выявить популярность промышленного туризма; 3) рассмотреть состояние данного вида туризма в Греции и России.

Создание и развитие открытых туров на промышленные предприятия может стать способом диверсификации туристского спроса. Кроме того, происходит укрепление бренда с помощью промышленного туризма через концепцию капитала бренда.

### РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Ученые по-разному трактуют промышленный туризм, зачастую противоречиво. Frew E. (2000), например, определил промышленный туризм как «посещение туристами производственных объектов, где основная деятельность объекта не ориентирована на туризм» [8]. Soyez D. (1986) пишет о том, что промышленный туризм включает все виды действий, которые можно осуществлять на действующих или бывших индустриальных предприятиях, что, очевидно, является гораздо более широким определением [12]. При этом Frew E. подчеркивает, что музеи и парки – это потребительский туризм (а не промышленный туризм). Chen Y. и Morrison A. (2004) утверждают, что если предприятия предоставляют возможность узнать о самом процессе, то они становятся частью промышленного туризма [7].

Kronenberg M. (2007) предлагает рассматривать промышленный и постиндустриальный туризм отдельно. При таком подходе промышленный туризм относится к туристической деятельности, которая осуществляется на действующих производственных объектах, с образовательными и экскурсионными целями, тогда как постиндустриальный туризм касается поездок на выведенные из эксплуатации заводы и бывшие промышленные регионы [9].

Steinecke A. (2001) ввел термин «промышленный опыт», представляющий различные виды промышленного (исторического) туризма, такие как маршруты по местам индустриального наследия, ландшафты промышленных предприятий, музеи истории промышленности и брендовые промышленные парки [13].

В данной статье авторы определяют промышленный туризм как посещение промышленных объектов, которые позволяют жителям и туристам ознакомиться с деятельностью предприятия. Промышленный туризм включает в себя не только визиты/туры на само производство, но и посещение корпоративных музеев и

брендовых парков, такие как World of Coca Cola (штат Джорджия, Атланта) и Autostadt при заводе Volkswagen (Вольфсбург, Нижняя Саксония, Германия). В то же время заброшенные предприятия, адаптированные под креативные постиндустриальные площадки, относятся как к промышленному туризму, так и культурному или событийному.

Промышленный туризм можно проследить до Европы 1960-х гг. В то время многие отрасли промышленности, такие как текстильная, горнодобывающая, сталелитейная и другие отрасли тяжелой промышленности столкнулись со структурными дисбалансами, а некоторым из них пришлось закрыться. После этого многие из закрытых заводов со временем пришли в упадок и даже пришли в запустение, превратившись в «индустриальное наследие».

В 1988 г. Британское управление по туризму запустило проект «Посмотри на индустрию». В 1997 г. город Роттердам создал специальный фонд промышленного туризма. В 2000 г. графство Йорк (Англия) даже провозгласило себя «мировой столицей фабричных туров» [11]. Эти и другие примеры показывают, что регионы рассматривают промышленный туризм не только как источник дохода, но и как инструмент территориального маркетинга или брендинга.

В соответствии с более широким подходом к промышленному туризму, Marcon A. и другие (2000) выделили три типа промышленного туризма: «Открытые двери» (предприятия, впуская турист без дополнительных вложений в инфраструктуру, услуги, кадры); центры связи (дублирование производства в специально созданных визит-центрах); коммерческие подразделения (магазин или торговое помещение рядом с производственной площадкой) [10].

По мнению Ю. А. Пшеничных среди объектов промышленного туризма выделяют (рис. 1):



Рис. 1. Объекты промышленного туризма [4]  
[Fig. 1. Industrial tourism sites [4]]

Выделяют разные сценарии развития промышленного туризма. Первый: туристический объект все еще функционирует как промышленное предприятие, но предлагает полноценные экскурсии на исторические производственные линии с целью сравнения их с современными. Второй: туристическая функция, которая вначале была лишь дополнением к обычному производству, превалирует и становится основным продуктом предприятия. Если что-то подобное происходит, то бывший промышленный завод превращается в постиндустриальную площадку. Например, такими объектами являются старые рудники, где ресурсы (серебро, медь, уголь и т. д.) исчерпаны или добыча прекращена из-за нерентабельности. И, третий, часть этих объектов может трансформироваться в туристические аттракционы, где предоставляемый сервис ориентирован на презентацию региона. На предприятиях такого типа представлены как нематериальные (идеи, традиции, история, привычки), так и материальные (помещения, техника, старые технологии) ценности.

Не все компании охотно инвестируют в промышленный туризм, так как это затраты на развитие, риски безопасности, а также угроза воровства и промышленного шпионажа [6]. Еще одним мотивом не организовывать туры по промышленным предприятиям является привлекательность самого процесса: конфронтация с производством. Например, в пищевой промышленности, туристская деятельность иногда может нанести ущерб репутации компании и ее продукции.

**Греция.** Россия и Греция еще в 2021 г. условились стремиться к разработке и продвижению совместных пакетных туров для организации комбинированных поездок в страны, сделав упор на отдаленных туристских рынках. Отдельные предложения разрабатываются для сотрудников промышленных предприятий. В большинстве случаев усилия по повторному использованию промышленного наследия в Греции не принесли результатов вследствие того, что: многие объекты были просто снесены (например, фабрика по производству льда в Патисии, кирпичный и черепичный завод Дилабериса в Коккинии); имеются частично поврежденные в результате модернизации оборудования и конструкций зданий (например, паровая электростанция Святого Георгия в Керацини); произошло радикальное изменение использования, но уцелел конструктив здания, в то время как внутри все было демонтировано (например, бывшая фабрика по производству головных уборов Пулопулоса в Петралоне, где сейчас находится культурный центр «Мелины Меркури»); здание и оборудование служило элементами декорации.

Agaliotou C. (2015) обосновал теорию согласно которой промышленные строения вместе с оборудованием образуют единое целое [5]. Например, электростанция в Лаврионе, преобразованная в технологический и культурный парк Лавриона. Этот подход передает историческую самобытность здания даже после изменений. Новое использование пространств связано

с уклоном на культуру. Помещения преобразуются в музеи, выставочные залы, образовательные пространства, художественные и технологические мастерские/лаборатории, библиотеки, конференц-центры. Также там могут быть спортивные и танцевальные залы, мастерские по ремеслу, кафе, рестораны, бары и т.д. Например: Национальный музей современного искусства, на проспекте Андреа Сингру (он находится в здании бывшей пивоварни и представляет собой образец послевоенной промышленной архитектуры, построенный по проектам Такиса Зенетоса); Афинская школа изящных искусств (с 1993 г. располагается внутри бывшей текстильной фабрики Сикиаридес); Музей производства оливкового масла на Лесбосе (Комплекс Агия Параскеви был трансформирован в музей, но сохранивший функцию маслобойни); Музей оливок и греческого оливкового масла в Спарте (он расположен в самом сердце Лаконии); Музей гидроэнергетики в Димицане (Пелопоннес); «Схолион» Ирен Паппас на улице Пиреос.

Бывшие промышленные площадки также используются для проведения фестивалей. Фестиваль Афины – известное мероприятие, которое с большим успехом проводится на промышленной площадке Айос-Иоаннис-Рендис, улица Пиреос. Улица превращается в новую ось развития Афин за счет повторного использования промышленных зданий.

В Элефсине проходят многочисленные театральные представления, концерты, музыкальные мероприятия и выставки. В последние годы Фестиваль Эпилеи проводился на многих бывших промышленных объектах Элефсина. В настоящее время фестиваль проводится в зданиях Элефсинского оливкового пресса и мыловаренного завода, известный как «Старая маслобойня Элефсина».

С точки зрения экономики важно, чтобы промышленный туризм не ограничивался только экскурсиями по фабрикам. Организация совместных мероприятий, таких как Всемирные дни порта в Роттердаме, экспедиция «Колония», «Сделано в Анжере» и «Сделано в Турине». Эти мероприятия приносят дополнительный доход региону, одновременно повышая имидж компаний.

Опыт Греции может служить примером превращения заброшенных предприятий в туристические достопримечательности и объекты показа. Жители мегаполисов часто выбирают для отдыха экзотические места, включающие отдаленные, заброшенные и труднодоступные. А это означает выделение целевого сегмента потребителей для развивающегося рынка промышленного туризма.

**Россия.** На территории Российской Федерации промышленный туризм сосредоточен преимущественно в рамках действующих предприятий, либо вокруг крупных населенных пунктов. Промышленный туризм развивают такие компании, как «Норникель», «Ростеха», «Сибур» и еще целый ряд крупных компаний. В 2022 г. начала работать программа «Открытая промышленность», в тот год фабрику посетило около

800 тысяч туристов. В настоящее время в ней участвуют более 50 регионов и более 400 предприятий<sup>1</sup>.

Как говорится в «Стратегии развития туризма в России до 2035 года», промышленный туризм – это посещение объекта и мероприятия на нем, которые позволяют посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему, будущему. Большим спросом у туристов пользуются регионы с добывающими и перерабатывающими предприятиями, расположенные в Центральной России, Сибири и на Дальнем Востоке.

Популярным промышленным объектом признана Курская АЭС с ее новыми блоками. Количество туристов около 9 тыс. Одна из достопримечательностей – градирня, самая высокая в России, высота 179 метров. Кроме того, туристов привлекает концерн «Бабаевский» и «Красный Октябрь». Корпорация «РусГидро»,

ГЭС на Северном Кавказе – Чиркейская, довольно любопытный и красивый объект на горной реке Сулак в Буйнакском районе Дагестане. Славится высокой арочной плотиной, второй по высоте.

Среди других предприятий промышленного туризма стоит выделить: Златоустовская оружейная фабрика, Челябинская область; Императорский фарфоровый завод, Санкт-Петербург; Абрау-Дюрсо, Краснодарский край; Кольская АЭС, Мурманская область; Часовой завод «Ракета», Ленинградская область; Сыроварня региона «Тильзит-Рагнит», Калининградская область; «Янтарный комбинат», Калининградская область; Прииск «Соловьёвский», Амурская область; «АЛРОСА», Якутия; «Крымские морепродукты», Крым.

На рисунке 2 представлен турпоток на промышленные предприятия в некоторых регионах. Начиная с 2020 г. посещаемость выросла почти в 3 раза (рис. 2).

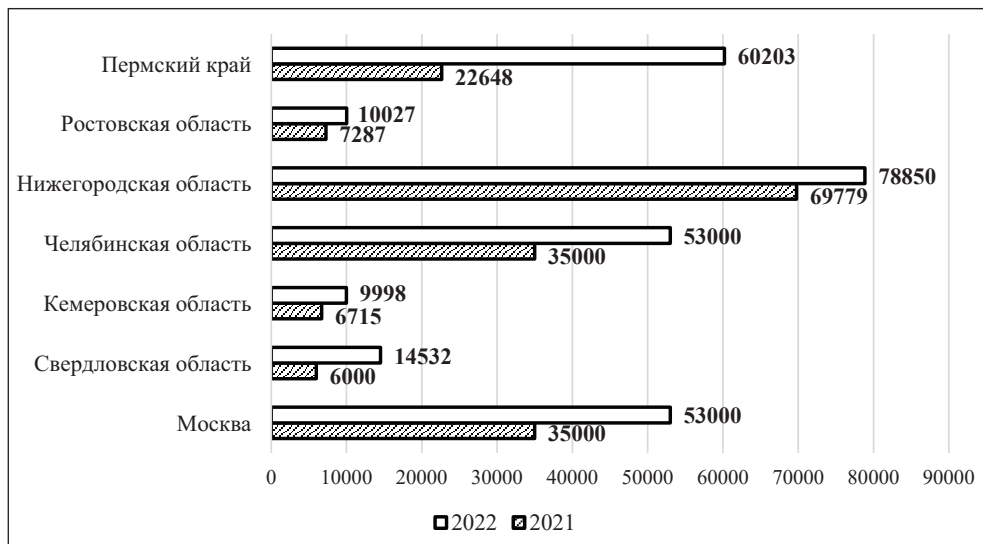


Рис. 2. Посещаемость промышленных предприятий 2021-2022 гг.  
[Fig. 2. Attendance at industrial enterprises 2021-2022]<sup>2</sup>

Заброшенных мест на территории России немало, это связано с тем, что многие городки строились неподалеку от мест раскопок и завода, а после прекращения добычи/производства – пустели. Заводы же просто закрывались и забывались. Сейчас заброшенные площадки превращают в культурные центры и места, как промышленного, так и событийного туризма. Только в Москве таких мест тысячи: Центр современного искусства «Винзавод»; Гастрономический квартал «Депо»; Центр дизайна «Artplay», креативный кластер в Москве; Культурный кластер «ДК Рассвет»; Центр творческих индустрий «Фабрика»; Арт-пространство «ГЭС-2»; Дизайн-завод «Флакон».

На территории Российской Федерации стоит выделить: Сысертский завод, фестивальная площадка, Екате-

ринбург; «Севкабель порт», Санкт-Петербург; «Фабрика Алафузова», Казань; Макаровка, Ростов-на-Дону; Отель Hampton, Волгоград; Музей воды, Санкт-Петербург; Аэродром «Смирных», Сахалин; Пороховой погреб, остров Русский; Линия связи «Север», Магадан; Завод «Красный треугольник», Санкт-Петербург; «Элеватор», Ленинградская область; «Цех», Нижний Новгород; кафе «Лампочка», Томск.

В данный момент разрабатываются программы, направленные на развитие промышленного туризма, также изменился подход в деятельности предприятий относительно открытости производства, сформировался постоянный спрос и портрет потребителя [1].

Для эффективной рекламной кампании промышленных туров следует использовать такие методы как:

<sup>1</sup> Промтуризм как стратегия: привлекать молодые кадры и продвигать региональные бренды // HSEdaily, 2023. – URL: <https://daily.hse.ru/post/promturizm-kak-strategiya-privlekat-molodye-kadry-i-prodvigat-regionalnye-brendy> (дата обращения: 11.07.2024). – Текст: электронный.

<sup>2</sup> Промтуризм. Итоги года в регионах – наставниках акселератора АСИ по промтуризму 2022-23 // Дзен. – URL: [https://dzen.ru/a/Y8\\_7XRXkeUF8O\\_20](https://dzen.ru/a/Y8_7XRXkeUF8O_20) (дата обращения: 29.06.2024). – Текст: электронный.



промышленные музеи позиционировать как передачу знаний истории; развитие совместно с другими видами туризма, например, культурно-познавательный или городской (интеграция двух или более видов); создание единой системы продуктов промышленного туризма с процессом производства в качестве звена; подход «микс-стратегий»: стимулирующий маркетинг, позиционирование бренда региона как промышленного направления, диверсификация туристских услуг [2].

Если промышленный туризм продвигать сам по себе, то это вероятно приведет к низкой выживаемости проектов, а, следовательно, и короткому жизненному циклу продукта. Он должен быть интегрирован с культурно-историческим ландшафтом, чтобы обеспечить совместное развитие промышленного и традиционного туризма. Сейчас на сайте <https://promtourism.ru/> можно подобрать промышленный тур или выбрать из готовых маршрутов. Также экскурсии на действующие предприятия служат бесплатной рекламой для многих компаний и эффективно продвигают их продукцию.

Проблемы, препятствующие развитию промышленного туризма: недостаток кадров для организации экскурсионного сопровождения; в ряде случаев небезопасность производства; отсутствие необходимой инфраструктуры; секретность части предприятий, в том числе экономическая; отсутствие специально разработанного туристического маршрута и т.д. [3].

#### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты показывают, что компаниям, занимающимся промышленным туризмом, следует сосредоточиться на предложении туристам интерактивного отдыха на базе производства, обеспечив прозрачность процесса работы, чтобы подчеркнуть высокое качество всего, что производится, тем самым способствуя повышению лояльности к бренду. Организация туристических экскурсий на уже существующие объекты становится стимулом в развитии российских городов. Это прекрасный инструмент маркетинга территории: выигрывают все, даже конкуренты. В исследовании рассмотрен опыт Греции как пример успешной трансформации заброшенных заводов в современные туристические площадки. На территории России закрытых, нефункционирующих заводов и мелких предприятий тысячи, при должном финансировании они могут превратиться в места скопления туристов. Предлагается разделить промышленный туризм на два направления: промышленно-исторический, когда объект уже не функционирует по прямому назначению; собственно промышленный туризм, предполагающий экскурсии на действующие предприятия. Промышленный туризм – идеальный инструмент экономики впечатлений.

Промышленный туризм оказывает положительное влияние на устойчивое развитие и может использоваться для защиты промышленного наследия и его возрождения. Он играет решающую роль в географическом плане поскольку восстанавливает культурные, социальные и экономические ценности старой индустриальной эпохи. Кроме того, промышленный туризм может стать инструментом в конкурентной борьбе между регионами, в частности, как инструмент маркетинга места или ко-брендинга.

#### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Константинова А.С., Панченко О.Л. Промышленный туризм: особенности и перспективы развития в России // *Казанский вестник молодых ученых*, 2022, т. 6, № 3, с. 82-91.
2. Малюженко Е.В., Кабаргина А.А., Деркачева Л.Н. Методы продвижения продукта промышленного туризма: отечественный и зарубежный опыт // *Сервис в России и за рубежом*, 2020, т. 14, № 5, с. 51-60.
3. Никулина Ю.Н., Трусов С.В. Особенности и тенденции развития промышленного туризма: региональные аспекты // *Российское предпринимательство*, 2017, т. 18, № 13, с. 2061-2078.
4. Пшеничных Ю.А. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в Ростовской области // *Сервис в России и за рубежом*, 2022, т. 16, № 4, с. 169-181.
5. Agaliotou C. Reutilization of industrial buildings and sites in Greece can act as a lever for the development of special interest/alternative tourism // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2015, vol. 175, pp. 291-298.
6. Carter J. Watching work go by // *Environmental Interpretations*, 1991, vol. 6 (4), pp. 10-11.
7. Chen Y., Morrison A. Manufacturing a new source of visitors: A pilot study of industrial tourism in the U.S. // *Conference: International Society of Travel and Tourism Educators*, 2004, vol. 16.
8. Frew E. Industrial tourism theory and implemented strategies // *Advances in culture, tourism and hospitality research*, 2008, vol. 2, pp. 27-42.
9. Kronenberg M. Turystyka dziedzictwa przemysłowego – próba sprecyzowania terminologii // T. Burzyński (ed.) *Dziedzictwo przemysłowe jako strategia rozwoju innowacyjnej gospodarki* Materiały z IV Międzynarodowej konferencji naukowopraktycznej, Zabrze, 6-7.09.2007, Wyd. GWSH, Katowice, 2007, pp. 33-41.
10. Marcon A., Preuilh P., Gourdon S. *Tourisme de découverte économique et visites d'entreprises*. Paris, 2001.
11. Otgaar A. Towards a common agenda for the development of industrial tourism // *Tourism Management Perspectives*, 2012, vol. 4, pp. 86-91.
12. Soyeux D. Industrietourismus // *Erdkunde*, 1986, vol. 40 (2), pp. 105-111.
13. Steinecke A. Industrierlebniswelten: zwischen Heritage und Markt: Konzepte-Modelle-Trends // H. Hinterhuber, H. Pechlaner, K. Matzler (Eds.), *Industrie Erlebnis Welten: vom Standort zur Destination*, 2001, pp. 85-101.

**Конфликт интересов:** Авторы декларируют отсутствие явных и потенциальных конфликтов интересов, связанных с публикацией настоящей статьи.

Поступила в редакцию: 17.07.2024

Принята к публикации: 01.09.2025

## Industrial Tourism as a Strategy for the Development of the Territory

A. G. Sarafanova ✉, A. A. Sarafanov

Lomonosov Moscow State University, Russian Federation  
(1, Leninskie Gory, Moscow, 119191)

**Abstract.** The purpose of the research is to study and consider industrial tourism as a sub-type of tourism activity. The object of the study is industrial tourism. Using the example of Greece, the article examines the experience of industrial tourism. The development of industrial forms of tourism has been analysed as an important indicator of the development of areas that can be adapted for tourism purposes and used as tools for the economic development and restructuring of the region. The scientific novelty is the study of industrial fields as sites for industrial tourism, since cases of turning abandoned enterprises into tourist sites are becoming more successful.

**Materials and methods.** The research is based on methods of analysis and synthesis. The work used scientific works of both domestic and foreign scientists. Synthesis of scientific articles for the period 2019-2023 showed an increase in interest in industrial tourism among scientists. Based on the data obtained, the need for an integrated approach to the research of industrial tourism has been identified.

**Results and discussion.** To increase the profitability of visitors, industrial enterprises began to develop tourism, transforming their production. This type of tourism includes: excursions to the enterprise itself, museums, corporate places, parks.

**Conclusions.** The relevance of studying the problems of industrial tourism is predetermined by its importance in solving the socio-economic problems of regions and the economy as a whole. The popularization of industrial tourism ensures increased demand for products, an increase in the prestige of blue-collar professions, developing tourism infrastructure, and smoothing out the uneven spatial development of territories.

**Key words:** industrial tourism, enterprise, tourism product, excursion, Greece.

**Funding:** The research is implemented in the framework of the state assignment of the Faculty of Geography and the project: «Factors and mechanism of tourism and recreation territorial organization for sustainable development» (121051400059-6) in Lomonosov Moscow State University.

**For citation:** Sarafanova A. G., Sarafanov A. A. Industrial Tourism as a Strategy for the Development of the Territory. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seria: Geografia. Geoekologia*, 2025, no. 3, pp. 69-75 (In Russ.) DOI: <https://doi.org/10.17308/geo/1609-0683/2025/3/69-75>

### REFERENCES

1. Konstantinova A. S., Panchenko O. L. Promyshlennyj turizm: osobennosti i perspektivy razvitiya v Rossii [Industrial tourism: features and prospects of development in Russia]. *Kazanskij vestnik molodyh uchenykh*, 2022, vol. 6, no. 3, pp. 82-91. (In Russ.)
2. Maljuzhenko E. V., Kabargina A. A., Derkacheva L. N. Metody prodvizheniya produkta promyshlennogo turizma: otechestvennyj i zarubezhnyj opyt [Methods of industrial tourism product promotion: domestic and foreign experience]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2020, vol. 14, no. 5, pp. 51-60. (In Russ.)
3. Nikulina Ju. N., Trusov S. V. Osobennosti i tendencii razvitiya promyshlennogo turizma: regional'nye aspekty [Features and trends of industrial tourism development: regional aspects]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo*, 2017, vol. 18, no. 13, pp. 2061-2078. (In Russ.)
4. Pshenichnyh Ju. A. Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitiya promyshlennogo turizma v Rostovskoj oblasti [Current state and prospects of industrial tourism development in the Rostov region]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 2022, vol. 16, no. 4, pp. 169-181. (In Russ.)
5. Agaliotou C. Reutilization of industrial buildings and sites in Greece can act as a lever for the development of special interest/alternative tourism. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2015, vol. 175, pp. 291-298.
6. Carter J. Watching work go by. *Environmental Interpretations*, 1991, vol. 6 (4), pp. 10-11.
7. Chen Y., Morrison A. Manufacturing a new source of visitors: A pilot study of industrial tourism in the U.S. *Conference: International Society of Travel and Tourism Educators*, 2004, vol. 16.
8. Frew E. Industrial tourism theory and implemented strategies. *Advances in culture, tourism and hospitality research*, 2008, vol. 2, pp. 27-42.
9. Kronenberg M. Turystyka dziedzictwa przemysłowego – próba sprecyzowania terminologii. T. Burzyński (ed.) *Dziedzictwo przemysłowe jako strategia rozwoju innowacyjnej gospodarki* Materiały z IV Międzynarodowej konferencji naukowopraktycznej, Zabrze, 6-7.09.2007, Wyd. GWSH, Katowice, 2007, pp. 33-41.
10. Marcon A., Preuilh P., Gourdon S. *Tourisme de découverte économique et visites d'entreprises*. Paris, 2001.
11. Otgaar A. Towards a common agenda for the development of industrial tourism. *Tourism Management Perspectives*, 2012, vol. 4, pp. 86-91.
12. Soyez D. Industrietourismus. *Erdkunde*, 1986, vol. 40 (2), pp. 105-111.



13. Steinecke A. Industrieerlebniswelten: zwischen Heritage und Markt: Konzepte–Modelle–Trends. *H. Hinterhuber, H. Pechlaner, K. Matzler (Eds.), Industrie Erlebnis Welten: vom Standort zur Destination*, 2001, pp. 85-101.

**Conflict of interests:** The authors declare no information of obvious and potential conflicts of interest related to the publication of this article.

*Received: 17.07.2024*

*Accepted: 01.09.2025*

Сарафанова Анастасия Геннадьевна  
Научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0003-4065-5450, e-mail: anastasyast@yandex.ru

Сарафанов Александр Александрович  
Кандидат технических наук, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, ORCID: 0000-0003-2756-6947, e-mail: alexsarafanov@mail.ru

Anastasiya G. Sarafanova  
Researcher at the Department of Recreational Geography and Tourism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: 0000-0003-4065-5450, e-mail: anastasyast@yandex.ru

Alexander A. Sarafanov  
Cand. Sci. (Tech.), Senior Researcher at the Department of Recreational Geography and Tourism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, ORCID: 0000-0003-2756-6947, e-mail: alexsarafanov@mail.ru