

Научная статья  
 УДК 339.138  
 EDN QWEBFH  
 DOI 10.17150/2500-2759.2025.35(1).150-160



## ТУРИСТСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

Э.А. Ржепка<sup>1, 2</sup>, Т.Р. Новичкова<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация

<sup>2</sup> Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, г. Иркутск, Российская Федерация

### Информация о статье

Дата поступления  
4 ноября 2024 г.

Дата принятия к печати  
10 апреля 2025 г.

Дата онлайн-размещения  
15 апреля 2025 г.

### Ключевые слова

Туристская идентичность;  
 промышленный туризм;  
 потенциал; бренд области;  
 промышленный имидж; крупные  
 предприятия

### Аннотация

В данном исследовании рассматриваются неизученные возможности туризма в Иркутской области, известной своими отличительными особенностями и достопримечательностями, в частности в сфере промышленности. Иркутская область является одним из ведущих промышленных центров Сибири. Здесь развиты такие отрасли, как энергетика, горнодобывающая промышленность, машиностроение, химическая и деревообработка. Это создает большой потенциал для развития промышленного туризма. В настоящее время предложения туроператоров по индустриальным турам относительно ограничены, в основном они ориентированы на группы учащихся из средних школ, колледжей или университетов, заинтересованных в том, чтобы из первых рук узнать о той или иной отрасли, ее развитии и продуктах производства. Используя подход тематического исследования, в статье рассматриваются перспективы формирования бренда Иркутской области в контексте промышленного туризма. Результаты исследования предлагают ценные идеи и рекомендации по укреплению туристской привлекательности региона. Туристская идентичность приводит к формированию соответствующего имиджа, что, в свою очередь, влияет на мотивацию туристов посещать этот регион и, в конечном счете, влияет на его доход. Авторы попытались подчеркнуть критическую необходимость создания туристской идентичности в Иркутской области с помощью промышленного туризма, чтобы сгенерировать образ региона, способного притягивать новые туристские потоки внутри России и из-за ее пределов.

Original article

## TOURIST IDENTITY OF THE IRKUTSK REGION FROM THE POINT OF VIEW OF INDUSTRIAL TOURISM

Elina A. Rzhepka<sup>1, 2</sup>, Tatiana R. Novichkova<sup>1</sup>

<sup>1</sup> *Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation*

<sup>2</sup> *V.B. Sochava Institute of Geography, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Irkutsk, the Russian Federation*

### Article info

Received  
November 4, 2024

Accepted  
April 10, 2025

Available online  
April 15, 2025

### Keywords

Tourist identity; industrial tourism;  
 potential; brand of the region;  
 industrial image; large enterprises

### Abstract

The study examines unexplored tourism opportunities in the Irkutsk region, known for its distinctive features and attractions, particularly the field of industry. Irkutsk region is one of the leading industrial centers of Siberia. Such industries as power engineering, mining, machine building, chemical and woodworking industries are developed here. It creates a great potential for the development of industrial tourism. Currently, tour operators' offerings of industrial tours are relatively limited, mainly targeting groups of students from high schools, colleges or universities interested in learning first-hand about a particular industry and its development and products. Using a case study approach, the article examines the prospects for brand building in the

Irkutsk region in the context of industrial tourism. The results of the study offer valuable ideas and recommendations for strengthening the region's tourist attractiveness. Creating a tourist identity leads to the formation of the image of a tourist destination, which, in turn, affects the motivation of tourists to visit this region and, ultimately, affects its income. The authors have tried to emphasize the critical need to create a tourist identity in the Irkutsk region through industrial tourism in order to create an image of the region capable of attracting new tourist flows within the Russia and from outside.

Туристская идентичность региона с точки зрения промышленного туризма представляет собой уникальные характеристики, которые отличают его от других. В Иркутской области есть множество интересных промышленных предприятий, которые могут быть привлекательны для туристов. Промышленные активы области обладают потенциалом для их использования в туризме, становясь неотъемлемым элементом его туристской идентичности.

Изучением процесса создания образа туристской дестинации в сознании потребителей, где решающую роль играет идентичность места, занимались такие ученые как О.В. Королева, А.А. Ларькова [1; 2], Д.А. Кошечев, О.Ю. Исопескуль [3]. Эффективность использования гастрономической идентичности в маркетинговых кампаниях рассматривали Ю.И. Дикарева, О.Ю. Филькина [4]; И.А. Антипова и Ю.Г. Липко представляли «пластичность» как основную характеристику этнической идентичности [5]. Значение промышленного туризма для развития территорий подробно рассмотрены Е.И Мишиной, М.Н. Мишиным [6], С.М. Щепкиным [7]. Формирование экскурсионного туристского продукта на основе посещения промышленных объектов рассмотрено в работах Н.Н. Балева [8]. З. Монтенегро, Ж. Маркес, К. Соуса классифицировали промышленный туризм, учитывая его современное, историческое и перспективное значение [9]. Ф. Бадиа, Дж. Галеоне и М. Шини особое внимание уделяли предприятиям пищевой промышленности, как объектам, которые больше всего интересуют посетителей [10].

Цель данного исследования — прояснить взгляд на потенциал промышленного туризма как уникальной туристской характеристики Иркутской области, олицетворяющей его туристскую идентичность.

Концепция идентичности имеет важное значение для исследований в области туризма. Изучая этот вопрос в данном контексте, можно обнаружить, что индивидуальная привлекательность конкретной местности

тесно переплетается с позитивным и негативным культурным восприятием. Не секрет, что туризм способен существенно повлиять на местную или региональную культуру, привнеся в нее новые модели поведения, привычки и обычаи как местных жителей, так и туристов. Индивидуальность местности может помочь людям узнать и вспомнить объект, который отличается от других, создать образ в сознании людей, которые никогда не видели его раньше. Идентичность можно рассматривать как эволюционный процесс, который формируется с течением времени и подвержен изменениям, причем наиболее значительные сдвиги происходят на протяжении нескольких поколений [11]. В глобальном контексте туристская идентичность может способствовать созданию конкурентного преимущества в туристском секторе [12].

В данном исследовании рассматривается туристская идентичность, сформированная благодаря уникальной привлекательности территории с точки зрения развития промышленности. Она является ключевым компонентом в формировании имиджа дестинации, который имеет решающее значение для развития туризма в регионе. Это связано со способностью имиджа места назначения туристов, влиять на восприятие людьми той или иной территории и, следовательно, формировать их решения о поездке. Имидж места назначения может возникать спонтанно или целенаправленно формироваться с помощью различных маркетинговых и рекламных инициатив. Один из способов — развитие и продвижение туризма, которым часто занимаются местные органы власти. Несмотря на многочисленные потенциальные объекты промышленного туризма, Иркутская область до сих пор не стала узнаваемым туристским брендом. А ведь за креативной экономикой стоит будущее Байкальского региона [13]. Это побуждает задуматься о создании туристской идентичности, которая подчеркивала бы отличительные особенности нашего региона.

В исследовании сделана попытка объяснить взаимосвязь между концепцией туристской идентичности и созданием образа

Иркутской области как крупного промышленного центра, где сосредоточено большое количество предприятий, которые можно привлекать для развития туризма (рис. 1).

Промышленная зона является ядром туристской территории и бренда нашего региона. Несмотря на то, что промышленный туризм широко используется многочисленными предприятиями во всем мире, он остается относительно новым в академическом дискурсе. Концепция промышленного туризма в Иркутской области делает акцент на посещение предприятий, связанных с производством или добычей. Такая форма предоставляет туристам познавательную возможность воочию увидеть процесс производства, а также принять участие в различных мастер-классах.

Промышленный туризм определяется как туристские поездки на объекты с основной деятельностью, которая не ориентирована на туризм. Потребители таких туристских услуг ищут целостные, аутентичные, запоминающиеся впечатления, связанные с конкретным, интересующим их продуктом или услугой. В странах с высокой долей развития промышленности многие компании развивают сектор туризма, превратив производственные предприятия в фабричные туры. Такие экскурсии на предприятия могут улучшить промышленный имидж, а значит, повысить узнаваемость региона, в котором расположена компания.

Наиболее интересными для посещения, по мнению туристов, являются предприятия пищевой и легкой промышленности (рис. 2).

В настоящее время промышленный туризм предоставляет посетителям возможность почувствовать и ощутить культуру бренда, получить подробные знания о продукции, развлечься и ощутить практический опыт работы на производстве. Кроме того, преимущества промышленного туризма распространяются на региональное экономическое развитие, поскольку он постепенно превращается в специализированный рынок туризма, который привлекает посетителей не на один день. Использование промышленных районов в качестве туристских дестинаций может повысить экономическую ценность и одновременно укрепить самобытность местных жителей, которые определяют характер промышленного города или местности. Правительство признает значение и функции промышленного туризма, в результате чего он стал значимым социально-экономическим явлением.

Идентичность туристского направления относится к его фактическим характеристикам и ситуации, в то время как имидж — к тому, как оно воспринимается. Правильно определенная туристская идентичность представляет собой наиболее конкурентоспособный имидж туристского места в регионе.

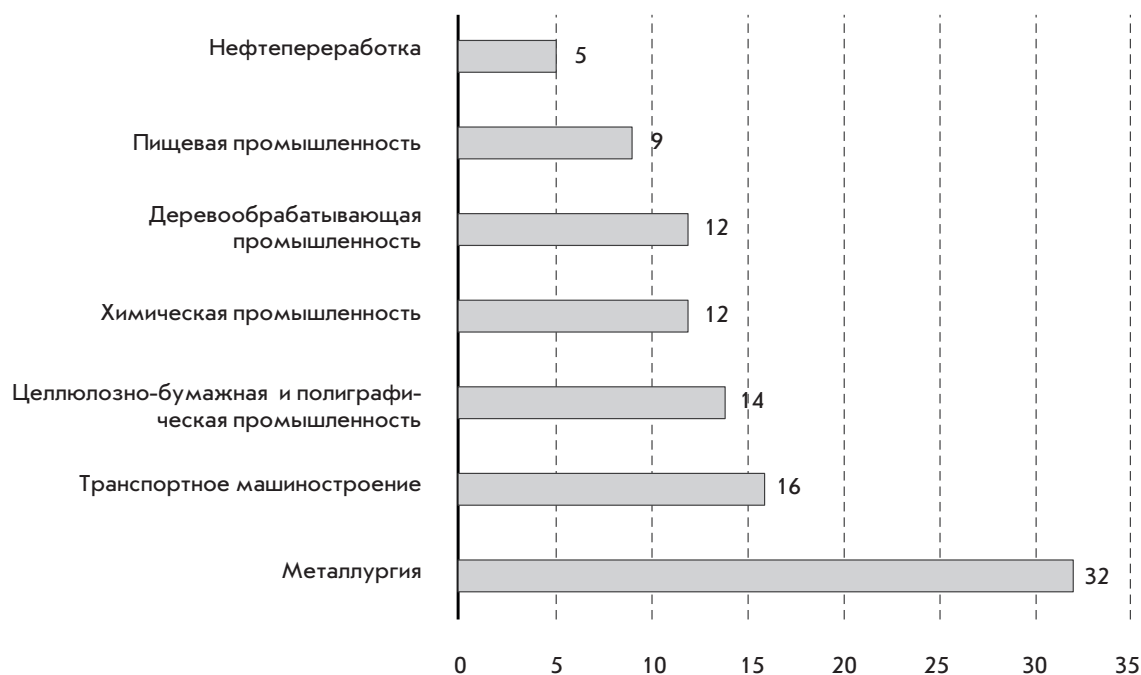


Рис. 1. Отраслевая структура промышленности Иркутской области (2023 г.), %

Составлено по: Экономика Иркутской области // Рувики: интернет-энциклопедия. URL: [https://ru.ruwiki.ru/wiki/Экономика\\_Иркутской\\_области#cite\\_note-2](https://ru.ruwiki.ru/wiki/Экономика_Иркутской_области#cite_note-2) (дата обращения: 19.10.2024).



**Рис. 2. Отрасли промышленности, наиболее интересные туристам**

Составлен по: Итоги: рейтинг «Промышленный туризм: лидеры России – 2024» // Деловой портал «Управление производством». URL: <https://up-pro.ru/promyshlennyj-turizm/itogi-rejting-promturizm-2024> (дата обращения: 24.10.2024).

Туризм — динамичная, развивающаяся и ориентированная на потребителя отрасль, что делает его одним из самых инновационных секторов в мире. Брендинг места назначения подразумевает признание уникальных особенностей места, включение местных элементов, которые разделяют эти особенности, в туристский опыт, демонстрацию уникальной идентичности или характера, а также культивирование положительного туристского образа региона.

Туризм, часто ассоциируемый с фирменным стилем дестинации, является привлекательной чертой, которая притягивает внимание путешественников. Основа фирменного стиля дестинации включает шесть характерных аспектов: характер бренда, культура, личность, логотип, название и слоган. Эти шесть факторов могут помочь туристам распознать и отличить один бренд дестинации от другого. Брендинг места, привлекательного для туристов, можно рассматривать как постоянный элемент маркетинга, требующий времени для трансформации характера и имиджа региона. Эта трансформация включает в себя строительство его инфраструктуры и развитие узнаваемых достопримечательностей. Для властей на региональном уровне ценность бренда распространяется на развитие сообщества, укрепление социальных связей и повышение вовлеченности местных жителей в жизнь региона. С академической точки зрения, брендинг места посещения является

важной темой в рамках городской и региональной организации, объединяющей стратегии маркетинга и планирования для повышения его конкурентоспособности. Предполагается, что изучение возможностей развития промышленного туризма с использованием сильных сторон региона и с учетом аспектов планирования и проблем, возникающих в процессе, поможет выработать рекомендации, способствующие укреплению брендинга территории для местных органов власти.

Исторически Иркутская область обладает огромным потенциалом для развития промышленности и сельского хозяйства, так как она насыщена значительными событиями и достижениями [14]. Промышленное развитие началось с освоения природных ресурсов, таких как лес и полезные ископаемые. В этот период появились первые предприятия по переработке древесины и добыче золота. В 1930-х гг. началась индустриализация. Были построены крупные предприятия, такие как Иркутский авиационный завод и завод по производству алюминия. Это способствовало созданию новых рабочих мест и увеличению производства. А в послевоенные годы область стала важным центром производства, в том числе в энергетике. Строительство гидроэлектростанций, таких как Братская, Иркутская, Усть-Илимская, дало мощный импульс экономическому росту.

В настоящее время увеличились объемы промышленного производства. По итогам

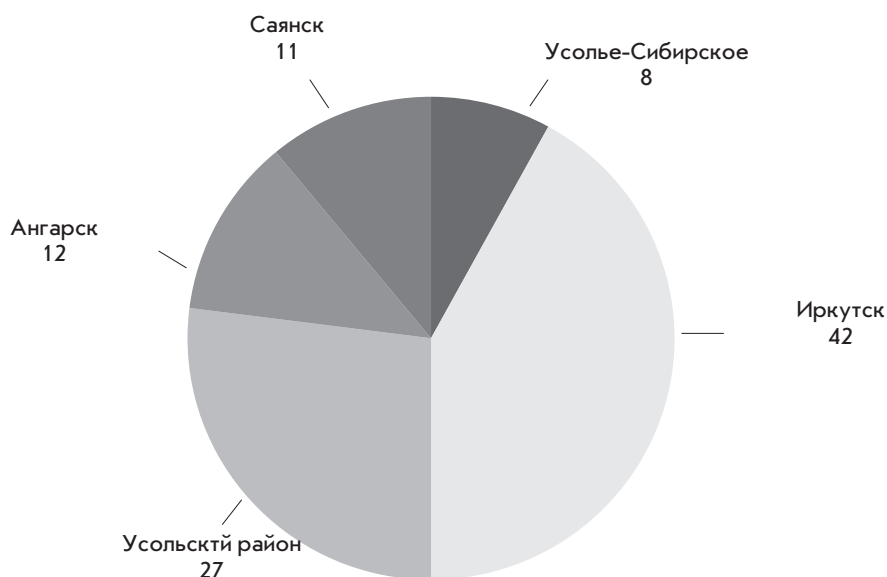
2024 г. индекс производства ожидается на уровне 103,9 % к показателю прошлого года.

По данным регионального министерства экономического развития и промышленности, рост показателей обусловлен прежде всего запуском новых мощностей металлургической промышленности. В структуре промышленности региона сейчас ведущее место занимают предприятия топливно-энергетического комплекса, нефтехимии, деревообрабатывающего и целлюлозно-бумажного производства, а также транспорта [15]. В ближайшие три года на динамику экономического развития продолжат оказывать влияние недружественная внешняя политика и изменение производственных и логистических цепочек.

До конца 2024 г. ожидается увеличение валового регионального продукта, этот показатель оценивается в 2,9 трлн руб., или 102,8 % к 2023 г. К 2027 г. этот показатель прогнозируется на уровне 3,5 трлн руб. Наибольшую долю в структуре ВРП по-прежнему будут занимать отрасли промышленного производства за счет реализации инвестиционных проектов в газохимической, целлюлозно-бумажной и металлургической отраслях, прогнозируется рост доли обрабатывающего производства. В 2025 г. ожидается увеличение объема инвестиций в основной капитал, который уже в этом году превысил 1 трлн руб., что составит 101,8 %. Рост объема вложений связан с периодом активной стадии ряда инвестиционных проек-

тов. Крупнейшие из них — запуск целлюлозно-картонного комбината в Усть-Илимске, увеличение объемов производства Тайшетского алюминиевого завода, запуск завода полимеров в Усть-Куте и др. Прогноз социально-экономического развития Иркутской области на 2025-й и плановый период 2026 и 2027 гг. разработан в двух вариантах: базовом и консервативном. Консервативный предполагает условия ухудшения внешних факторов, базовый вариант сформирован с учетом успешной реализации мероприятий по предотвращению последствий санкций.

Некоторые исследователи рекомендуют использовать промышленный туризм как стратегию в региональной конкуренции, особенно в качестве маркетингового инструмента, хотя какие-то регионы не могут ассоциировать свой имидж как туристскую достопримечательность с промышленной деятельностью. Как уже было отмечено, наибольший интерес для туристов представляют предприятия пищевой промышленности. Удовлетворением пищевых потребностей рынка на территории Иркутской области заняты свыше 900 предприятий перерабатывающей промышленности и порядка 100 организаций, занятых выпуском напитков. Их основу составляют предприятия хлебопекарной отрасли (400), также имеется и немало организаций по производству мясной и молочной продукции. Предприятия сосредоточены в пяти главных субъектах области (рис. 3).



**Рис. 3. Объем пищевого производства в Иркутской области, % от объема отгружаемой продукции (2023 г.)**

Составлен по: Пищевая промышленность Иркутской области: обзор отрасли, проблемы. URL: <https://foodsuppliers.ru/news/pishchevaya-promyshlennost-irkutskoy-oblasti> (дата обращения: 26.10.2024)

В 2022 г. в Иркутской области было произведено продуктов питания на 53 млрд руб., что на 10 % превысило уровень 2021 г. В 2023 г. наблюдался рост производства пищевых продуктов в денежном выражении на 6 %, выпуск напитков вырос на 15 %. Наибольший уровень увеличения объемов производства продемонстрировали:

- переработка и консервирование овощей и фруктов — 33 %;
- производство шоколада и других сахаристых изделий — 27–28 %;
- выпуск приправ, пряностей, кормов для животных — 20–22 %;
- изготовление муки, круп, хлебобулочных и мучных кондитерских изделий, консервированного птичьего мяса и молочной продукции — 10–15 %.

В итоге это позволило нарастить оборот в общественном питании на 14,9 % и обеспечить экспорт из региона зерновых, масличных культур, а также продуктов их переработки в объеме 215 тыс. т (в 13 раз выше показателя 2022 г.).

Топ-10 ведущих организаций по виду деятельности «Выпуск пищевых продуктов» на основе оценки выручки и активов в 2022–2023 гг. возглавили основные предприятия (рис. 4).

В целом пищевая промышленность Иркутской области стабильно демонстрирует неплохие результаты, поскольку в регионе хорошо организованы меры государственной поддержки. На федеральном уровне предоставляются льготные кредиты, лизинг. Однако проблемы еще есть, например остро ощущается дефицит овощей и мяса. На фоне такой ситуации 2024 г. представляется аграриям и производителям пищевой продукции достаточно оптимистичным. Так, уже к середине октября 2023 г. под урожай 2024 г. было вспахано 86,5 тыс. га зяби, за-

сыпано в закрома 37 % запланированного объема семян зерновых и зернобобовых культур — 50,1 тыс. т. Это дает основание с учетом продолжения нарастания агропромышленной и перерабатывающей деятельности рассчитывать на хорошие результаты.

Развитие промышленного туризма предполагает формирование туристских кластеров с центральным упором на основную отрасль. По сути, эти кластеры устанавливают связь между объектами промышленного туризма и его вспомогательными компонентами, включая поставщиков, дополнительные отрасли (туристские агентства, отели и гостиницы, точки питания, сувенирные лавки и т.д.) и демографическую группу туристов (включая учащихся средних школ, профессионально-технических училищ и университетов, а также широкую общественность). Прямым результатом кластеризации промышленного туризма должны стать согласованные усилия местных органов власти для повышения статуса Иркутской области как ведущего направления промышленного туризма. Эти усилия требуют сосредоточения на нескольких ключевых аспектах: доступность, привлекательность, размещение и осведомленность.

Во-первых, рост промышленного туризма зависит от расширения путей доступа в наш регион, который обладает относительно развитой инфраструктурой, что делает его более открытым для посетителей. Дальнейшее совершенствование дорожной сети, терминалов и железнодорожных станций необходимо для облегчения въезда для тех, кто путешествует на автобусах или поездах.

Во-вторых, необходимо подчеркнуть исключительную важность создания привлекательных туристских объектов, которые вызывают интерес у широкой аудитории и могли бы превратить промышленный ту-



Рис. 4. Основные предприятия пищевой промышленности Иркутской области, интересные туристов

ризм в Иркутской области в востребованное направление. Несмотря на то, что притягательность является субъективной и зависит от индивидуальных предпочтений, внутренние туристы могут из первых рук познакомиться с производственными процессами, такими как переработка газа от его добычи до производства продукции с высокой добавленной стоимостью в Иркутской нефтяной компании, или проследить процессы переработки полудрагоценных камней, увидеть создание изделий из натурального камня в АО «Байкальские самоцветы», или посмотреть с разных сторон на Иркутскую ГЭС, посетить Сквер гидростроителей и увидеть нижний бьеф плотины. Все это и многое другое доступно для посещения благодаря развитию промышленного туризма и проведению экскурсий на предприятиях.

По мнению специалистов, прогноз по развитию промышленного туризма в Иркутской области можно считать весьма благоприятным; этому способствуют хорошо налаженная логистика каждой компании и доступность к различным промышленным зонам. Но, помимо этого, для туроператоров крайне важно обладать глубокими знаниями о промышленных аспектах, чтобы формировать привлекательные туры.

Более того, развитие промышленного туризма должно рассматриваться как совместная работа всех заинтересованных сторон, направленная на повышение осведомленности о нашем регионе с точки зрения развития этого вида туризма.

Как уже говорилось выше, превращение промышленности в туристское направление требует наличия нескольких ключевых факторов: качество местоположения (включающего местную инфраструктуру, сервисную среду и достопримечательности); аспекты открытости, охватывающие ценовую доступность, подходы к объектам, расписание экскурсий и рекомендации; а также наличие информации, касающейся маркетингового сотрудничества между местными властями и частным сектором.

Нужно учитывать, что химический кластер Иркутской области — один из самых крупных на территории Восточной Сибири, его вклад в Восточно-Сибирском регионе составляет:

- по стоимости основных производственных фондов — 69 %;
- по количеству производственного персонала — 58 %;
- по выпуску товарной продукции — 50 %.

При этом сам комплекс химических производств региона сравнительно молодой и

непрерывно продолжает свое развитие. Его основы были заложены в 1960-е гг., хотя ряд предприятий создан и несколькими десятилетиями ранее.

К настоящему времени местная химическая промышленность включает в себя нефтепереработку, нефтехимию, лесохимию, химическую, медицинскую и микробиологическую отрасли.

Важными предпосылками для создания в области целого ряда химических предприятий выступили: наличие значительных запасов природного газа (Ковыктинское газоконденсатное месторождение), соли, каменного угля, воды и леса, прохождение по территории области магистрального нефтепровода Александровское — Анжеро-Судженск — Ачинск — Ангарск, высокоразвитая энергетика и играющая потребительскую роль строительная индустрия.

Использование столь значительных ресурсов позволяет организовывать работу порядка 30 разнопрофильных производств, по преимуществу размещающихся в таких городах, как Ангарск, Усолье-Сибирское, Саянск, Тулун, Братск, Зима, Черемхово.

В списке наиболее крупных и значимых региональных предприятий химической промышленности:

– ООО «Ангарская нефтехимическая компания» — одно из дочерних предприятий НК «Роснефть», представляющее собой крупнейший холдинг, нацеленный на ежегодную переработку 10,2 млн т нефти и выпуска 240 наименований продукции;

– ОАО «Ангарский завод полимеров», занимающийся производством этилена и выпуском на его основе полиэтилена и полистирола;

– ООО «Илимхимпром», освоившее выпуск каустической соды и жидкого хлора;

– ОАО «Саянскхимпласт», целью создания которого стало производство хлора, каустика и ПВХ;

– Усольский химфармкомбинат, занятый выработкой 50 лекарственных препаратов и биостимуляторов для КРС.

В плане преодоления ряда кризисных явлений, спровоцированных общемировой политической и экономической ситуацией, а также рядом экологических проблем, на уровне Минпромторга РФ в конце зимы 2023 г. было принято решение о создании в Иркутской области Федерального центра химии и межрегионального кластера химической промышленности. На рабочей встрече губернатора, депутата Государственной Думы и генерального директора компании «Росхим» представителями инновационного

центра «Сколково» была озвучена концепция будущего Федерального центра, разработанная совместно с научным и отраслевым сообществом. В основу положен комплексный подход, уделяющий значительное внимание не только развитию ряда химических производств, но и созданию необходимой для этого социальной инфраструктуры, рассчитанной на 10 тыс. семей. В планах по созданию и дальнейшему развитию Федерального центра химии в Усолье-Сибирском, обещающего стать одним из флагманов российской химической отрасли, предусмотрено производство продукции, крайне необходимой для стратегических отраслей экономики России. О своем намерении вступить в него сообщили 20 отраслевых предприятий. Ожидается, что создание Федерального центра, активно поддерживаемого на государственном уровне, будет способствовать развитию мало- и среднетоннажной химии — направлений, включенных в стратегию развития химического комплекса нашей страны до 2030 г.<sup>1</sup>

Иркутская нефтяная компания (ИНК) перенесла сроки запуска в эксплуатацию Иркутского завода полимеров (ИЗП) с 2024 г. на

2025 г. Видимо, это вызвано рядом коммерческих соображений, связанных с будущей динамикой роста цен на полимеры. Это одно из крупнейших производств в Приангарье за последние десятилетия. ИЗП будет производить полиэтиленовые гранулы, которые можно использовать в различных сферах: машиностроении, медицине, тяжелой и легкой промышленности. Сырьем для этого станет газ этилен, который ИНК добывает на собственных месторождениях.

Сейчас на стройке трудится 8 тыс. чел. с учетом многочисленных подрядчиков. После запуска на заводе будет трудиться 1,6 тыс. работников. Для них и их семей в Усть-Куте строится новый микрорайон. Это 13 многоквартирных домов на 3 тыс. жителей с двумя детсадами, школой и физкультурно-оздоровительным комплексом. Первая очередь будет готова в августе 2026 г. В апреле 2023 г. завод полимеров вошел в онлайн-путеводитель по заводам России. Сюда водят экскурсии. После запуска, по словам руководства, промышленный туризм продолжится.

Совместное участие компаний, которые предоставляют экскурсионные услуги в промышленный сектор и услуги, и туристских организаций необходимо для успеха туристских инициатив (табл.). Кроме того, развитие промышленного туризма требует координации и

#### Перечень действующих экскурсионных маршрутов промышленного туризма\*

Название компании	Экскурсии
ООО «Иркутская нефтяная компания»	Производственно-техническая экскурсия «После нефти всё только начинается» (Усть-Кут)
АО «Байкалкварцсамоцветы»	Производственно-техническая экскурсия «Закулисье камнерезного дела»
ООО «Азия Мьюзик Компани»	Производственно-техническая экскурсия «Театр начинается с вешалки, все остальное делаем мы»
ООО «Усольские узоры»	Производственно-техническая экскурсия «Жизнь швейной фабрики»
ООО «ТД Элит Трейд»	Профориентационная экскурсия в «Центр фудсервиса и кулинарного мастерства»
ООО «ЕвроСибЭнерго-Гидрогенерация»	Производственная экскурсия «Иркутская ГЭС — первая на Ангаре»
ГК «Зельнорос», бренд «От Фенечки»	Экскурсия на завод по производству снековой продукции
ООО «Медтехсервис»	Производственная экскурсия на предприятие
ООО «БАЙКАЛ.ЦЕНТР»	Культурно-историческая экскурсия по промплощадке Байкальского целлюлозно-бумажного комбината.
Сыроварня «Милаша» КФХ Россов Н.А.	Экскурсия по сыроварне «Милаша»
АО «Каравай»	Производственная экскурсия на предприятие
Иркутский авиационный завод — филиал ПАО «Яковлев»	Комплексная экскурсия по заводу
АО «Братск Аква»	Экскурсия по заводу розлива безалкогольных напитков
«На свалке» (на базе ТБО)	Экскурсия в музей под открытым небом «На свалке»

\* Составлена по: Информация о промышленных маршрутах предприятий — участников акселератора по развитию промышленного туризма «Открытая промышленность» // Министерство экономического развития и промышленности Иркутской области : офиц. сайт. URL: <https://irkobl.ru/sites/economy/industry/promtourism.php> (дата обращения: 27.10.2024).

сотрудничества между целым рядом государственных и частных заинтересованных сторон.

В таблице отражены те экскурсионные маршруты, которые предлагают предприятия Иркутской области в настоящее время, причем количество объектов постоянно увеличивается. Компании предлагают достаточно новые виды и формы взаимодействия с посетителями производств, например, оборудование специализированных фотозон, которые сейчас так популярны у молодежи, конструирование «пейзажных» смотровых площадок, включение интерактивных кейсов для выполнения ряда производственных функций с применением новейших технологий под руководством наставников. В целом стало притягательным то, что дает гостям тот уровень впечатлений, которого они и не ожидали.

Таким образом, управление туристской идентичностью — это активная деятельность, оказывающая благоприятное воздействие на туристов, что, в свою очередь, может повлиять на различные аспекты, такие как:

– степень осведомленности туристов о данном направлении;

– то, как туристы относятся к этому направлению;

– оценка региона, которую дают туристы, посещая его с конкретными целями;

– оценка его жителей и их соображения относительно потенциальных действий, таких как иммиграция, работа, посещение или инвестирование в данное направление и т.д.

На местном уровне реально создать кластеры туристских направлений с промышленным сектором и другими вспомогательными отраслями, поставщиками и посетителями. Эффективное сотрудничество в рамках каждого кластера может обеспечить конкурентное преимущество для местных властей. В дополнение к созданию промышленных кластеров следует обратить внимание на развитие региона как востребованного промышленного туристского направления, уделяя особое внимание доступности, привлекательности, размещению и осведомленности. Наконец, развитие промышленного туризма должно повлечь за собой создание дополнительных рабочих мест.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Королева О.В. Имиджевые послания и идентичность туристской дестинации: обещания городов и ожидания туристов / О.В. Королева. — EDN ZEMOXJ // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. — 2019. — Т. 13, № 6. — С. 79–83.
2. Ларькова А.А. Формы и направления «визуализации» идентичности места в городском пространстве: опыт российских городов / А.А. Ларькова, О.В. Королева. — EDN TRZZVE // Цифровизация — основа трансформации индустрии туризма и сервиса : материалы Всерос. науч.-практ. конф., Саратов, 25 нояб. 2023 г. — Саратов, 2023. — С. 48–53.
3. Кощеев Д.А. Территориальная идентичность как основание проектирования устойчивых региональных туристских кластеров / Д.А. Кощеев, О.Ю. Исопескуль. — DOI 10.5922/1994-5280-2019-1-11. — EDN DAQESF // Региональные исследования. — 2019. — № 1(63). — С. 118–129.
4. Дикарева Ю.И. Гастрономическая идентичность как инструмент продвижения туристской дестинации / Ю.И. Дикарева, О.Ю. Филькина. — EDN RPSJAR // Досуг, питание и здоровье в России. XIII Рязанские социологические чтения : материалы Нац. науч.-практ. конф., Рязань, 19–20 окт. 2023 г. — Рязань, 2023. — С. 53–57.
5. Антипова И.А. Эффективная реализация прагматического потенциала этнической идентичности в ситуациях межэтнического взаимодействия / И.А. Антипова, Ю.Г. Липко. — DOI 10.17150/2500-2759.2017.27(3).327-332. — EDN WTZLTI // Известия Байкальского государственного университета. — 2017. — Т. 27, № 3. — С. 327–332.
6. Мишнина Е.И. Промышленное районирование, как территориальная предпосылка развития промышленного туризма в Рязанской области / Е.И. Мишнина, М.Н. Мишнин. — EDN GNIWXZ // Устойчивое развитие общества: новые научные подходы и исследования : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 19 янв. 2024 г. — Москва, 2024. — С. 124–129.
7. Щепкин С.М. Промышленный туризм в России: особенности и тенденции развития / С.М. Щепкин. — EDN ILGUSM // Перспективные разработки — резидентам территории опережающего социально-экономического развития «Невинномысск» : материалы II регион. науч.-практ. конф., Невинномысск, 16–20 окт. 2023 г. — Ставрополь, 2023. — С. 261–266.
8. Балев Н.Н. Анализ и моделирование экскурсионных программ промышленного туризма / Н.Н. Балев. — DOI 10.33920/igt-2-2406-07. — EDN AOOTPZ // Гостиничное дело. — 2024. — № 6. — С. 385–390.
9. Montenegro Z. Industrial Tourism as a Factor of Sustainability and Competitiveness in Operating Industrial Companies / Z. Montenegro, J. Marques, C. Sousa // Sustainability. — 2023. — Vol. 15, no. 19. — P. 14243.
10. Badia F. Sustainable Strategies of Industrial Tourism in the Agri-Food Business: an Exploratory Approach / F. Badia, G. Galeone, M. Shini // British Food Journal. — 2024. — Vol. 126, no. 1. — P. 327–346.
11. Мошняга Е.В. Идентичность в системе концептов туризма (межкультурный коммуникативный аспект) / Е.В. Мошняга. — EDN JXACRD // Власть. — 2009. — № 2. — С. 50–53.
12. Kusumaningrum R. Analysing the Potential of Industrial Tourism for Karawang and the Socio-Economic Impact / R. Kusumaningrum, F. Yu. Dharta, Chaerudin // JurnalStudiKomunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies). — 2023. — Vol. 7, no. 3. — P. 944–961.

13. Астафьев С.А. Креативная экономика как ключевой элемент устойчивого развития территорий / С.А. Астафьев, Г.В. Хомкалов, И.С. Толстоухова. — DOI 10.17150/2411-6262.2021.12(3).16 // *Baikal Research Journal*. — 2021. — Т. 12, № 3.

14. Грошева Е.К. Возможности создания и развития предприятия промышленного туризма в Иркутской области / Е.К. Грошева, А.Д. Чуприна, А.О. Ким. — EDN PLPZUF // *Бизнес-образование в экономике знаний*. — 2021. — № 1(18). — С. 27–30.

15. Русецкая Г.Д. Роль и значение заповедных лесных территорий в сохранении озера Байкал / Г.Д. Русецкая, Л.В. Санина. — DOI 10.17150/2500-2759.2024.34(1).96-108. — EDN IKZPDY // *Известия Байкальского государственного университета*. — 2024. — Т. 34, № 1. — С. 96–108.

## REFERENCES

1. Koroleva O.V. Image Messages and Identity of Tourist Destination: the Promises of Cities and Tourists' Expectations. *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i sotsial'no-ekonomicheskikh nauk = Current problems of the humanities and socio-economic sciences*, 2019, vol. 13, no. 6, pp. 79–83. (In Russian). EDN: ZEMOXJ.

2. Lar'kova A.A., Koroleva O.V. Forms and Directions of "Visualization" of Place Identity in Urban Space: Experience of Russian Cities. *Digitalization is the basis for the transformation of the tourism and service industries.. Materials of International Scientific Conference, Saratov, November 25, 2023*. Saratov, 2023, pp. 48–53. (In Russian). EDN: TRZZVE.

3. Koshcheev D.A., Isopeskul' O.Yu. Territorial Identity as a Designing Basis for Sustainable Regional Tourist Clusters. *Regional'nye issledovaniya = Regional Studies*, 2019, no. pp. 118–129. (In Russian). EDN: DAQESF. DOI: 10.5922/1994-5280-2019-1-11.

4. Dikareva Yu.I., Fil'kina O.Yu. Gastronomic Identity as a Tool for Promoting a Tourist Destination. *Leisure, food and health in Russia. XIII Ryazan sociological readings. Materials of International Scientific Conference, Ryazan', October 19–20, 2023*. Ryazan', 2023, pp. 53–57. (In Russian). EDN: RPSJAR.

5. Antip'eva I.A., Lipko Yu.G. Pragmatic Potential of Ethnic Identity and Its Effective Realization in International Interaction. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University*, 2017, vol. 27, no. 3, pp. 327–332. (In Russian). EDN: WTZLTI. DOI: 10.17150/2500-2759.2017.27(3).327-332.

6. Mishnina E.I., Mishnin M.N. Industrial Zoning as a Territorial Prerequisite for the Development of Industrial Tourism in the Ryazan Region. *Sustainable development of society: new scientific approaches and research. Materials of the II International Scientific Conference, Moscow, January 19, 2024*. Moscow, 2024, pp. 124–129. (In Russian). EDN: GNIWXZ.

7. Shchepkin S.M. Industrial tourism in Russia: features and development trends. *Promising developments - residents of the territory of advanced socio-economic development "Nevinnomyssk."*. *Materials of the II International Scientific Conference, Nevinnomyssk, October 16–20, 2023*. Stavropol', 2023, pp. 261–266. (In Russian). EDN: ILGUSM.

8. Balev N.N. Analysis and Modeling of Industrial Tourism Excursion Programs. *Gostinichnoe delo = Hotel business*, 2024, no. 6, pp. 385–390. (In Russian). EDN: AOOTPZ. DOI: 10.33920/igt-2-2406-07.

9. Montenegro Z., Marques J., Sousa C. Industrial Tourism as a Factor of Sustainability and Competitiveness in Operating Industrial Companies. *Sustainability*, 2023, vol. 15, no. 19, pp. 14243.

10. Badia F., Galeone G., Shini M. Sustainable Strategies of Industrial Tourism in the Agri-Food Business: an Exploratory Approach. *British Food Journal*, 2024, vol. 126, no. 1, pp. 327–346.

11. Moshnyaga E.V. Identity in the tourism concept system (intercultural communicative aspect). *Vlast' = Power*, 2009, no. 2, pp. 50–53. (In Russian). EDN: JXACRD.


12. Kusumaningrum R., Dharta, Chaerudin F. Yu. Analysing the Potential of Industrial Tourism for Karawang and the Socio-Economic Impact. *JurnalStudiKomunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2023, vol. 7, no. 3, pp. 944–961.

13. Astaf'ev S.A., Khomkalov G.V., Tolstoukhova I.S. Creative Economy as a Key Element of Sustainable Territorial Development. *Baikal Research Journal*, 2021, vol. 12, no. 3. (In Russian). DOI: 10.17150/2411-6262.2021.12(3).16.

14. Grosheva E.K., Chuprina A.D., Kim A.O. Opportunities for Creation and Development of Industrial Tourism Enterprises in Irkutsk Region. *Biznes-obrazovanie v ekonomike znaniy = Business education in the knowledge economy*, 2021, no. 1, pp. 27–30. (In Russian). EDN: PLPZUF.


15. Rusetskaya G.D., Sanina L.V. The Role and Importance of Protected Forest Areas in the Preservation of Lake Baikal. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University*, 2024, vol. 34, no. 1, pp. 96–108. (In Russian). EDN: IKZPDY. DOI: 10.17150/2500-2759.2024.34(1).96-108.

## Информация об авторах


*Ржепка Элина Анатольевна* — кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, старший научный сотрудник, Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: rjepka@yandex.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-4369-8061>, SPIN-код: 1757-1465, AuthorID РИНЦ: 747099.

*Новичкова Татьяна Рабфаиловна* — старший преподаватель, кафедра мировой экономики и эко-

## Authors

*Elina A. Rzhepka* — Ph.D. in Geography, Associate Professor, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Senior Researcher, V.B. Sochava Institute of Geography, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: rjepka@yandex.ru,  <https://orcid.org/0000-0002-4369-8061>, SPIN-Code: 1757-1465, AuthorID RSCI: 747099.

*Tatiana R. Novichkova* — Senior Lecturer, Department of World Economy and Economic Security, Baikal


номической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: novi4kova.t@yandex.ru,  <https://orcid.org/0000-0003-1368-2568>, SPIN-код: 5542-4418, AuthorID РИНЦ: 1115886.

#### **Вклад авторов**

Все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

#### **Для цитирования**

Ржепка Э.А. Туристская идентичность Иркутской области с точки зрения промышленного туризма / Э.А. Ржепка, Т.Р. Новичкова. — DOI 10.17150/2500-2759.2025.35(1).150-160. — EDN QWEBFH // Известия Байкальского государственного университета. — 2025. — Т. 35, № 1. — С. 150–160.

State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: novi4kova.t@yandex.ru,  <https://orcid.org/0000-0003-1368-2568>, SPIN-Code: 5542-4418, AuthorID RSCI: 1115886.

#### **Contribution of the Authors**

The authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

#### **For Citation**

Rzhepka E.A., Novichkova T.R. Tourist Identity of the Irkutsk Region from the Point of View of Industrial Tourism. *Izvestiya Baikal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Baikal State University*, 2025, vol. 35, no. 1, pp. 150–160. (In Russian). EDN: QWEBFH. DOI: 10.17150/2500-2759.2025.35(1).150-160.