

Государственное учреждение
«Национальное агентство по туризму»

Дмитрий СКВОРЧЕВСКИЙ

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Минск
«СтройМедиаПроект»
2025

УДК 379.83/.84(476)
ББК 75.81(4Бел)
С42

Маркетинговое исследование
«Промышленный туризм в Республике Беларусь:
анализ современного состояния и перспективы развития»
выполнено по заказу государственного учреждения
«Национальное агентство по туризму»

Скворчевский, Д. В.

С42 Промышленный туризм в Республике Беларусь: анализ современного состояния и перспективы развития / Д. В. Скворчевский ; Национальное агентство по туризму. — Минск : СтройМедиаПроект, 2025. — 336 с.

ISBN 978-985-7296-59-0.

В исследовании проанализировано современное состояние и перспективы развития промышленного туризма в Республике Беларусь. Охарактеризованы исторические этапы развития отечественного промышленного туризма, представлен туристический потенциал промышленных предприятий Республики Беларусь, а также описаны лучшие зарубежные практики по развитию промышленного туризма. Представлена классификация промышленного туризма, составлен список рекомендуемых промышленных предприятий для включения в экскурсии и маршруты туристических путешествий в Республике Беларусь.

Материалы исследования адресуются представителям туристической индустрии, государственным органам управления в сфере туризма и промышленности, аспирантам, магистрантам, студентам туристических специальностей.

УДК 379.83/.84(476)
ББК 75.81(4Бел)

ISBN 978-985-7296-59-0

© Государственное учреждение
«Национальное агентство по туризму», 2025
© Скворчевский Д.В., 2025
© Оформление. Государственное предприятие
«СтройМедиаПроект», 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОПРЕДЕЛЕНИЯ	5
--------------------------	----------

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ И СОКРАЩЕНИЙ	8
---	----------

ВВЕДЕНИЕ.....	9
----------------------	----------

ГЛАВА 1. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКА, ИСТОРИЯ	12
---	-----------

1.1 Определение понятия «промышленный туризм».....	12
--	----

1.2 Классификация промышленного туризма	16
---	----

1.3 Генезис и этапы развития промышленного туризма в Республике Беларусь	21
---	----

1.4 Зарубежный опыт развития промышленного туризма	30
--	----

1.4.1 Европейский опыт развития промышленного туризма.....	30
--	----

1.4.2 Промышленный туризм в Китайской Народной Республике	37
---	----

1.4.3 Промышленный туризм в США	41
---------------------------------------	----

1.4.4 Развитие промышленного туризма в Российской Федерации	43
---	----

ГЛАВА 2.ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	47
---	-----------

2.1 Промышленный туризм в Республике Беларусь: актуальное положение	47
--	----

2.1.1 Статистика промышленного туризма	47
--	----

2.1.2 Промышленный туризм и развитие территорий	51
---	----

2.1.3 Взаимодействие промышленных предприятий с субъектами туристической деятельности	54
--	----

2.2 Экскурсии и маршруты туристических путешествий с посещением промышленных предприятий	57
---	----

2.2.1 Обзорные экскурсии	57
2.2.2 Объекты промышленного туризма в архитектурно- исторических, краеведческих и иных экскурсиях.....	62
2.2.3 Производственные экскурсии	63
2.2.4 Интерактивные формы экскурсий на производстве	65
2.2.5 Объекты промышленного туризма в программах белорусских туроператоров	67
2.2.6 Индустриальные ландшафты и объекты промышленного наследия в туризме	69
2.3 Музеи на промышленных предприятиях Республики Беларусь.....	74
2.4 Пути продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на рынке Беларуси и за рубежом.....	82
2.4.1 Внутренний рынок Республики Беларусь.....	83
2.4.2 Зарубежные рынки	95

ГЛАВА 3. ОБЪЕКТЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА

В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ103

3.1 Объекты промышленного туризма Брестской области.....	103
3.2 Объекты промышленного туризма Витебской области.....	111
3.3 Объекты промышленного туризма Гомельской области	132
3.4. Объекты промышленного туризма Гродненской области	166
3.5 Объекты промышленного туризма г. Минск	195
3.6 Объекты промышленного туризма Минской области.....	245
3.7 Объекты промышленного туризма Могилевской области	276

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....295

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....302

ПРИЛОЖЕНИЕ 1313

ПРИЛОЖЕНИЕ 2316

ПРИЛОЖЕНИЕ 3318

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Для целей настоящего исследования используются следующие основные термины и их определения.

Ведомственный (корпоративный, производственный) музей — структурное подразделение юридического лица, деятельность которого направлена на реализацию репрезентативной, социальной, познавательной и иных функций в целях содействия развитию основного вида деятельности организации.

Вид туризма — совокупность однородных туристических путешествий, объединенных по общим классификационным признакам для определенного вида туризма¹;

Виртуальный ведомственный (корпоративный, производственный) музей — это представленная в электронном виде на веб-сайте организации или ином онлайн-ресурсе текстовая, графическая и аудиовизуальная информация о реально существующем музее организации или представленная в электронном виде текстовая, графическая и аудиовизуальная информация об истории и современности организации, производственном процессе и продукции, существующая исключительно в виртуальном пространстве.

Классификационные признаки вида туризма — элементы содержания вида туризма, позволяющие отнести однородные туристические путешествия к соответствующему виду туризма².

Объекты промышленного туризма — действующие организации и производства (фабрики, заводы, комбинаты и т. д.), а также объекты промышленного наследия и промышленный ландшафт, которые задействованы в туристско-экскурсионной деятельности.

¹О Единой классификации видов туризма : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 02.09.2022 № 584 // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mst.gov.by/data/.doc> (дата обращения: 07.08.2024).

²Там же.

Промышленный туризм — туристическое путешествие в целях участия в производственных экскурсиях, а также деятельность по организации этого туристического путешествия³.

Производственная экскурсия — посещение определенных объектов, таких как фабрики, заводы, комбинаты и т. д., по заранее разработанному маршруту со специальным руководителем — экскурсоводом⁴.

Промышленный (индустриальный) ландшафт — вид культурного ландшафта, созданный человеком в процессе хозяйственной деятельности (карьеры, отвалы, терриконы, шахты, каналы, дамбы, дороги, мосты, трубопроводы, линии электропередач, тоннели, производственные комплексы и т.п.)⁵.

Промышленное наследие — это остатки индустриальной культуры, к которым относятся здания и механизмы, мастерские, заводы и фабрики, шахты и площадки для обработки и переработки, склады и лавки, места, где производится, передается и используется электроэнергия, транспорт и инфраструктура, а также объекты социальной деятельности, связанные с промышленностью, такие как жилье, религия или образование⁶.

Субъекты туристической деятельности — туроператоры, турагенты⁷.

Турагент — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие турагентскую деятельность⁸.

Турагентская деятельность — предпринимательская деятельность по продвижению и реализации участникам туристической деятельности туров, сформированных туроператорами-резидентами, без перехода прав на туры,

³Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 07.08.2023 № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mst.gov.by/data/files.doc> (дата обращения: 07.08.2024).

⁴Дыленок Ю.П., Сидорович С.В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю.П. Дыленок, С.В. Сидорович. — Минск, 2022. С. 6–7.

⁵На основе: Тютюнник, Ю.Г. Ландшафты индустриальных территорий: место в культуре, предмет исследования, проблемы терминологии и смысла / Ю.Г. Тютюнник // Географический вестник, 2020. — 1(52). — С. 42–59.

⁶Марискин, О.И. Нижнетагильская хартия индустриального наследия / О.И. Марискин // Экономическая история. № 5. 2007. С. 91.

⁷О туризме [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З / ЭТАЛОН. Другие банки данных / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2024.

⁸Там же.

а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия⁹.

Туризм — туристическое путешествие, а также деятельность по его организации; турист — физическое лицо, которое совершает туристическое путешествие на период от 24 часов до одного года или осуществляет не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания¹⁰.

Туроператор — юридическое лицо, осуществляющее туроператорскую деятельность¹¹.

Туроператорская деятельность — предпринимательская деятельность по формированию, продвижению и реализации туров, в том числе сформированных другими туроператорами, включая нерезидентов, а также по оказанию отдельных услуг, связанных с организацией туристического путешествия¹².

Экскурсант — физическое лицо, которое совершает экскурсию без ночевки в стране (месте) временного пребывания¹³.

Экскурсия — туристическое путешествие на период не более 24 часов, а также посещение туристами, экскурсантами туристических ресурсов под руководством экскурсоводов, гидов-переводчиков, лиц, работающих в организациях, при проведении экскурсий в этих организациях, субъектов туристической деятельности, иных лиц, наделенных правом проведения экскурсий¹⁴.

⁹О туризме [Электронный ресурс] : Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З / ЭТАЛОН. Другие банки данных / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2024.

¹⁰Там же.

¹¹Там же.

¹²Там же.

¹³Там же.

¹⁴Там же.

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ И СОКРАЩЕНИЙ

АСИ	— Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов»
БИСИ	— Белорусский институт стратегических исследований
ГП	— Государственное предприятие
ЗАО	— Закрытое акционерное общество
КПУП	— Коммунальное производственное унитарное предприятие
ОАО	— Открытое акционерное общество
ОДО	— Общество с дополнительной ответственностью
ООО	— Общество с ограниченной ответственностью
РУПТП	— Республиканское унитарное производственно-торговое предприятие
РУП	— Республиканское унитарное предприятие
РУПП	— Республиканское унитарное производственное предприятие
СООО	— Совместное общество с ограниченной ответственностью
СП	— Совместное производство
УП	— Унитарное предприятие
ФХ	— Фермерское хозяйство
ЧП	— Частное предприятие
ЧТПУП	— Частное торгово-производственное унитарное предприятие
CINHD	— Chinese Industrial Heritage GIS Database (База данных ГИС китайского промышленного наследия)
CRIH	— Chinese Route of Industrial Heritage (Китайский маршрут промышленного наследия)
DGfi	— Немецкое общество промышленной культуры
ERIH	— European Route of Industrial Heritage (Европейский маршрут промышленного наследия)
TICCIH	— The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage (Международный комитет по сохранению индустриального наследия)

ВВЕДЕНИЕ

Промышленный туризм еще сравнительно недавно рассматривался как альтернативное направление, а сегодня он уже официально признан одним из основных видов туризма, которые развиваются в Республике Беларусь. Это ежегодно растущая область внутреннего и въездного туризма и важная составляющая привлекательности туристического потенциала страны. Рост фиксируется как по количеству задействованных субъектов хозяйствования, так и по количеству экскурсантов на действующих промышленных предприятиях. Вместе с тем для Беларуси это сравнительно молодой вид туризма, потенциал которого не раскрыт и не задействован в полной мере. Существующий спрос на промышленный туризм и организационно-правовые аспекты этого вида деятельности обусловили актуальность настоящего исследования. Необходимо не только теоретическое обобщение и анализ сложившейся практики, но и выработка практических рекомендаций в целях развития промышленного туризма.

Объект исследования — промышленный туризм в Республике Беларусь.

Предмет исследования — промышленные предприятия, организация туристско-экскурсионной деятельности на промышленных объектах и продвижение направления на внутреннем, а также внешних целевых и потенциальных рынках.

Целью настоящего исследования является анализ состояния и перспектив развития промышленного туризма в Республике Беларусь. В соответствии с целью были сформулированы следующие **задачи**.

1. Охарактеризовать генезис и исторические этапы развития отечественного промышленного туризма.
2. Осуществить классификацию промышленного туризма.
3. Описать зарубежный опыт развития промышленного туризма.
4. Проанализировать туристический потенциал промышленных предприятий Республики Беларусь (включая все области и г. Минск) и создать паспорта объектов промышленного туризма.

5. Систематизировать имеющиеся экскурсии и маршруты туристических путешествий в Республике Беларусь (включая экскурсии, разработанные по заказу Национального агентства по туризму), в которые включены посещения промышленных предприятий.

6. Проанализировать значение музеев на промышленных предприятиях.

7. Определить и описать наиболее эффективные пути продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на рынке Беларуси и за рубежом.

8. Составить список рекомендуемых промышленных предприятий для включения в экскурсии и маршруты туристических путешествий в Республике Беларусь.

Хронологические рамки исследования преимущественно охватывают период с 2015 г. по 2024 г. Именно в это время промышленный туризм в Республике Беларусь формируется и получает развитие как отдельный вид. Нижняя хронологическая граница обусловлена началом осуществления туристско-экскурсионной деятельности на ОАО «БЕЛАЗ». Как показало исследование, данный успешный опыт стал примером для других предприятий различных отраслей, которые в 2016–2017 гг. также открыли свои двери для туристов¹⁵. Верхняя граница фиксирует актуальное состояние и перспективы развития промышленного туризма на момент проведения настоящего исследования.

Географические рамки исследования ограничены современными границами Республики Беларусь. В работе рассматриваются промышленные предприятия, вовлеченные в туристско-экскурсионную деятельность на территории всех областей и г. Минска.

Методы исследования. В настоящем исследовании применялись общелогические и общенаучные методы. Сбор материала для анализа деятельности предприятий в сфере промышленного туризма осуществлялся методом мониторинга официальных сайтов, проведения анкетирования в формате устного опроса при посещении предприятия или в формате телефонного разговора. Нами были посещены 31 предприятие в рамках рабочих встреч, а еще 5 предприятий — в составе экскурсионной группы (метод «тайный гость»). Полевые исследования позволили оценить актуальное состояние объектов и сопутствующей инфраструктуры промышленного туризма, что нашло отражение в созданных 64 паспортах объектов промышленного туризма.

¹⁵Об этом подробнее написано в разделе 1.3 «Генезис и этапы развития промышленного туризма в Республике Беларусь».

В представленных паспортах объектов информация об организации экскурсионной деятельности на предприятиях, включая стоимость услуг, носит ознакомительный характер, так как указана по состоянию на конец сентября 2024 г., когда исследование было завершено. Данные сведения, безусловно, с течением времени утратят свою актуальность для специалистов туристических компаний, однако сохраняют свою важность для будущих исследователей промышленного туризма и экономики туризма Республики Беларусь.

Необходимо отметить, что в фокус-группе (см. Приложение 1) настоящего исследования находятся, прежде всего, предприятия, которые взаимодействуют с субъектами туристической деятельности, занимаются организацией и проведением экскурсий на коммерческой основе, либо планируют в ближайшей перспективе осуществление данного вида деятельности. В качестве примера также анализируется опыт предприятий, принимающих экскурсантов (школьников и студентов) в рамках профориентационной работы.

ГЛАВА 1

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ХАРАКТЕРИСТИКА, ИСТОРИЯ

1.1 Определение понятия «промышленный туризм»

Последнее десятилетие является периодом активного развития промышленного туризма в Республике Беларусь. Несмотря на широкую известность понятия и распространенную практику, до недавнего времени на законодательном уровне отсутствовало определение термина «промышленный туризм». В таких условиях исследователи и работники туристической отрасли использовали определение, представленное в Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года (утверждена Протоколом заседания Межведомственного экспертно-координационного совета по туризму при Совете Министров Республики Беларусь от 07.10.2020 № 05/34пр):

«Промышленный туризм — это организованное самостоятельно или с помощью субъектов туристической деятельности путешествие (поездка, передвижение, пребывание) физических лиц за пределы их места жительства (места пребывания) в целях участия в производственных экскурсиях, а также деятельность юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации»¹⁶.

В издании «Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах» (2022), подготовленном по заказу государственного учреждения «Национальное агентство по туризму» (далее — Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах) дано следующее определение термина:

¹⁶Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/news/.pdf> (дата обращения: 07.08.2024). — С. 38.

«Промышленный туризм — организованное посещение действующих предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей»¹⁷.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 02.09.2022 № 584 «О Единой классификации видов туризма» утверждено Положение о порядке формирования и ведения Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь, согласно которому перечень видов туризма, их определения и классификационные признаки устанавливаются Министерством спорта и туризма. В соответствии с указанным постановлением издано постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 07.08.2023 № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» (далее — Единая классификация видов туризма). В нем определены 13 видов туризма: агроэкотуризм, активный, гастрономический, деловой, историко-культурный, лечебно-оздоровительный, медицинский, образовательный, охотничий, промышленный, религиозный, событийный, экологический. Таким образом, впервые в Республике Беларусь понятие промышленный туризм было определено на законодательном уровне:

«Промышленный туризм — туристическое путешествие в целях участия в производственных экскурсиях, а также деятельность по организации этого туристического путешествия»¹⁸.

Классификационными признаками данного вида туризма являются ознакомление с историей предприятий, производимой продукцией, производством; проведение выставочных и экскурсионных мероприятий (экскурсий) для потенциальных и активных деловых партнеров на передовые действующие производства.

Следует обратить внимание на то, что в определении в части цели путешествия используется отдельный термин «производственная экскурсия», который остается нераскрытым. Согласно Методическим рекомендациям по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах, промышленная (производственная) экскурсия является основной формой промышленного туризма. Промышленная экскурсия — это «посещение определенных объектов, таких как фабрики, заводы, комбинаты и т. д.,

¹⁷Дыленок Ю.П., Сидорович С.В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю.П. Дыленок, С.В. Сидорович. — Минск, 2022. — С. 6.

¹⁸О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 07.08.2023 № 36 / ЭТАЛОН. Другие банки данных / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2024.

по заранее разработанному маршруту со специальным руководителем — экскурсоводом»¹⁹. С данным определением можно согласиться.

Выделяются следующие виды производственных (промышленных) экскурсий:

1) ознакомительные (экскурсанты знакомятся с территорией предприятия, технологическим процессом, спецификой деятельности, пополняют знания о его истории и развитии, посещают музейную экспозицию);

2) профориентационные (главной целью является знакомство с профессиями, специалистами и их условиями труда);

3) имиджевые или деловые (рекламные цели, в рамках продвижения положительного имиджа предприятия среди партнеров, с целью обмена опытом, налаживания деловых контактов, повышения корпоративной культуры и др.);

4) событийные (приуроченные к корпоративным праздникам, государственным праздникам, праздничным дням и иным мероприятиям)²⁰.

Исходя из определения и его классификационных признаков можно отметить сближение промышленного туризма с историко-культурным и деловым туризмом, что полностью подтверждается на практике. Экскурсии на предприятия являются частью историко-культурных (познавательных) и деловых туров. Можно только добавить, что в случае проведения экскурсий на предприятиях пищевой промышленности также имеет место сближение с гастрономическим туризмом. Таким образом, историко-культурный, деловой и гастрономический туризм являются взаимодополняющими видами туризма. Туристический продукт по данным направлениям может включать в себя элементы друг друга без каких-либо существенных противоречий. Кроме того, указанные три вида естественным образом создают благоприятную среду для взаимного продвижения каждого из направлений.

По своему содержанию и сути термин «промышленный туризм» согласно Единой классификации видов туризма является фактическим обобщением цитированных выше более ранних определений, что свидетельствует о преемственности терминологии в нормативных правовых актах и формировании собственной национальной традиции интерпретации понятия «промышленный туризм», исходя из практической деятельности.

¹⁹Дыленок Ю.П., Сидорович С.В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю.П. Дыленок, С.В. Сидорович. — Минск, 2022. — С. 6–7.

²⁰Положение о проведении экскурсий на республиканском унитарном производственном предприятии «Гранит» [Электронный ресурс]. — URL: <https://granit.by/upload/iblock/dc5/jxuhdszy7hyfg4v6giffv9s361qfn0z/Polozhenie-ekskursii.pdf> (дата обращения: 02.08.2024).

Данный тезис особенно четко проявляется в сравнении с терминологией, принятой в Российской Федерации (установлен ГОСТ Р ИСО 13810–2016): «промышленный туризм — посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему»²¹. Термин повторяет указанный в качестве определения в международном стандарте ISO 13810:2015 *Tourism services — Industrial tourism — Service provision*.

В новом международном стандарте ISO 13810:2022 *Tourism and related services* термин изложен в следующей редакции: «промышленный туризм (*industrial tourism*) — вид туризма, основанный на посещении (с экскурсоводом или самостоятельно), позволяющем посетителю узнать о развитии, процессе производства, происхождении и истории продукта или услуги». При этом в качестве дополнения отмечено, что промышленный туризм связан как с действующим производством, так и объектами промышленного наследия²².

Национальное определение термина «промышленный туризм» в целом по смыслу не противоречит и находится в русле принятого в международном стандарте. Основное отличие термина согласно международному стандарту мы видим в дополнении, которое более широко охватывает объекты: как действующие предприятия, так и не действующие, включая заброшенные и работающие промышленные территории, и ландшафты (карьеры, шахты, рабочие поселки и пр.). Промышленный туризм в Республике Беларусь согласно законодательно принятому определению подразумевает посещение именно действующих предприятий и их территории. Показ иных объектов и территорий является сферой охвата историко-культурного туризма.

Мы не будем углубляться в вопросы теории и всестороннего анализа, упоминаемых в отечественной и зарубежной литературе определений понятия «промышленный туризм», чтобы определить или предложить, по нашему мнению, наиболее подходящую интерпретацию, так как это выходит за рамки нашего исследования. Для достижения цели и решения поставленных задач настоящего исследования термин «промышленный туризм» будет использоваться в значении согласно Единой классификации видов туризма.

²¹Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года // Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 07.08.2024). — С. 3.

²²ISO 13810:2022 *Tourism and related services — Visits to industrial, natural, cultural and historical sites — Requirements and recommendations* [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:13810:ed-2:v1:en>. — Date of access: 12.06.2024.

Такой подход является наиболее подходящим для анализа современного состояния и перспектив развития промышленного туризма в Республике Беларусь, так как отражает существующую практику туристско-экскурсионной деятельности.

1.2 Классификация промышленного туризма

В соответствии с **организационными формами** промышленный туризм можно разделить на:

внутренний (посещение гражданами Республики Беларусь, а также иностранными гражданами и лицами без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, предприятий в пределах территории Республики Беларусь);

международный выездной (посещение гражданами Республики Беларусь, а также иностранными гражданами и лицами без гражданства, постоянно проживающих в Республике Беларусь, предприятий за пределами территории Республики Беларусь);

международный въездной (посещение иностранными гражданами и лицами без гражданства, за исключением постоянно проживающих в Республике Беларусь, предприятий в пределах территории Республики Беларусь).

Исходя из **способа организации** промышленный туризм может быть организованным и неорганизованным. Организованный туризм предполагает осуществление посещения объектов промышленного туризма с помощью субъектов туристической деятельности, учреждений образования или иных организаций, на которые возлагаются обязанности подготовки и организации производственной экскурсии в соответствии с запросом заказчика по утвержденной программе путешествия, оформления необходимых разрешительных документов, предоставления достоверной и полной информации по безопасности, правилам посещения предприятия и иным организационным вопросам. Неорганизованный промышленный туризм предусматривает, что туристы самостоятельно без участия или посредничества субъектов туристической деятельности, учреждений образования или иной организации организуют свое посещение на промышленное предприятие. Стоит отметить, что в Республике Беларусь более распространенным является организованный промышленный туризм, так как самостоятельно индивидуально попасть на территорию действующего предприятия в рамках производственной экскурсии является весьма затруднительным, особенно для иностранных граждан. Самостоятельному посещению также препятствуют определенные неудобства при оформлении разрешительных документов

и оплате экскурсионных услуг, что является собой дополнительные трудности для зарубежных туристов. Только некоторые предприятия в Республике Беларусь практикуют организацию сборных групп для индивидуальных посетителей по заранее установленному календарю экскурсий с возможностью бронирования и оплаты онлайн.

В неорганизованном промышленном туризме также можно выделить такие нишевые экстремальные направления, как сталкерство (посещение заброшенных промышленных предприятий и территорий), диггерство (посещение подземных объектов и коммуникаций), руферство (посещение крыш различных сооружений). Данные направления не входят в предмет настоящего исследования. Также следует иметь в виду, что подобные самостоятельные посещения могут быть опасны для здоровья и жизни, а также могут нарушать требования действующего законодательства с последующим административным или уголовным наказанием, особенно если речь идет о полученных во время подобных «экскурсий» травмах или летальных случаях.

По источникам финансирования промышленный туризм можно разделить на коммерческий и социальный. Коммерческий туризм направлен на получение прибыли от проведения производственной экскурсии, а в последующем также прибыли от выпускаемой предприятием основной и сопутствующей продукции. Социальный туризм предполагает проведение предприятиями экскурсий на безвозмездной основе в рамках проведения профориентационной работы; участия в благотворительных акциях, в том числе для малообеспеченных и социально уязвимых категорий граждан; работы по достижению целей устойчивого развития (ответственное потребление и производство, борьба с изменением климата и др.).

По целям воздействия на аудиторию промышленный туризм бывает:

познавательным (туристы пополняют знания о предприятиях, технологиях, инновациях);

профориентационным (главной целью является знакомство с профессиями, специалистами и условиями их труда);

деловым (организуется в ходе бизнес-поездки для завязывания новых контактов, заключения договоров, обмена опытом и т. д.);

имиджевым (через знакомство аудитории с производством и продукцией происходит формирование положительного восприятия, создание позитивного образа)²³;

²³За основу взята разработка: Дыленок, Ю.П., Сидорович, С.В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю.П. Дыленок, С.В. Сидорович. — Минск, 2022. — С. 7

патриотическим (через знакомство с передовыми производствами, продукцией и технологиями воспитывается чувство национальной гордости, любви к своей родине и народу).

Данная классификация, прежде всего, отражает цели и задачи, которые пытаются достичь предприятия в рамках туристско-экскурсионной деятельности. Вместе с тем это не единственные критерии, по которым возможно осуществить классификацию промышленного туризма.

Близкой к вышеуказанной является классификация по **цели посещения**, что отражает уже мотивацию туристов и экскурсантов при посещении промышленных объектов. Таким образом, можно выделить следующие цели посещения:

- познавательные (получение знаний о предприятиях и технологиях);

- профориентационные (знакомство с профессиями, специалистами и условиями их труда);

- деловые (изучение рынка, установление деловых контактов, заключение договоров, обмен опытом и т. д.);

- отдых (смена привычной обстановки, установление новых и поддержание старых межличностных и дружеских контактов т. д.).

По интенсивности посещений промышленный туризм на предприятиях можно разделить на постоянный (регулярный) и нерегулярный. Под постоянным понимается регулярное посещение объекта промышленного туризма в течение всего календарного года по установленному графику или по заказу. Это характерно для предприятий, работа которых не зависит от периодов года и сезонных поставок сырья, а также предприятий, продукция которых востребована круглый год. Регулярный туризм требует отлаженной системы организации экскурсий, наличие отдела или штатных единиц, на которых возложены обязанности по организации и проведению экскурсий. В свою очередь нерегулярный туризм характерен для предприятий, которые имеют сезонный характер работы, не имеют календарного графика экскурсий и проводят их исключительно под заказ, а обязанности по организации и проведению экскурсий носят дополнительный характер и совмещаются сотрудниками иных структурных подразделений с основной работой.

В Республике Беларусь классификация предприятий проводится в соответствии с видами экономической деятельности согласно Общегосударственному классификатору Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности» (ОКЭД). Промышленность охватывает следующие виды экономической деятельности: «Горнодобывающая промышленность»

(секция В), «Обрабатывающая промышленность» (секция С), «Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом» (секция D) и «Водоснабжение; сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений» (секция E)²⁴.

Однако, по нашему мнению, данный подход плохо применим для создания классификации промышленного туризма **по отраслевой принадлежности**. Уместнее использовать принятые общие критерии классификации, по которым выделяются предприятия производственной и непроизводственной сферы, а также добывающей и обрабатывающей промышленности. Исходя из этого мы предлагаем следующую классификацию по отраслям, которая отражает существующую сегодня практику промышленного туризма в Республике Беларусь.

1. Промышленность.

1.1. Добывающая. Относятся предприятия, занимающиеся добычей полезных ископаемых, заготовкой древесины, лесными промыслами, охотой и рыболовством.

Примеры предприятий, доступных для посещения: ОАО «Торфобрикетный завод Дитва», РУПП «Гранит», РУП «Производственное объединение «Белоруснефть».

1.2. Обрабатывающая. Относятся предприятия по производству черных и цветных металлов, химических и нефтехимических продуктов, машин и оборудования, изделий деревообработки и целлюлозно-бумажной промышленности, цемента и других строительных материалов, продукции легкой и пищевой промышленности и др. Соответственно, в свою очередь обрабатывающая промышленность подразделяется на отрасли тяжелой²⁵, легкой²⁶ и пищевой промышленности²⁷. Отдельно мы бы выделили группу

²⁴Промышленность Республики Беларусь. Статистический буклет. — Минск, 2024. — С. 5

²⁵Примеры предприятий, доступных для посещения: ОАО «БЕЛАЗ», ОАО «МТЗ», ОАО «Могилевлифтомаш», ОАО «Минский автомобильный завод», ОАО «Минский завод колесных тягачей», ОАО «Белкоммунмаш», ОАО «Речицкий метизный завод» и др.

²⁶Примеры предприятий, доступных для посещения: РУПТП «Оршанский льнокомбинат», ОАО «Витебские ковры», ОАО «Гронитекс» и др.

²⁷Примеры предприятий, доступных для посещения: ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод», ОАО «Молочный Мир», ОАО «Туровский молочный комбинат», ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат», СОАО «Коммунарка», СП ОАО «Спартак», ОАО «Красный Мозырянин», ОАО «Кондитерская фабрика Слodyч», ОАО «Красный пищевик», ОАО «Лидахлебопродукт», ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай», КУП «Минскхлебпром», ОАО «Минский завод игристых вин», ОАО «Пивоваренная компания Аливария», ОАО «Лидское пиво» и др.

предприятий декоративно-прикладного искусства и ремесел²⁸, объединяющие различные направления обрабатывающей промышленности.

1.3. Энергетика. Примеры предприятий, доступных для посещения: РУП «Белорусская атомная электростанция», Филиал «Ресурсный центр ЭкоТехноПарк — Волма» учреждения образования «Республиканский институт профессионального образования».

2. Сельское хозяйство. Примеры предприятий, доступных для посещения: ОАО «Озерицкий-Агро», ООО «Козеферма ДАК», ФХ «Снэйлсэко», ЧТПУП «Ратов», КФХ «Юницкого».

3. Транспорт. Примеры предприятий, доступных для посещения: государственное предприятие «Минсктранс», государственное предприятие «Минский метрополитен».

Ряд предприятий может объединять в своей деятельности несколько отраслей промышленности, поэтому в классификации учитывается основной вид деятельности. В представленной классификации промышленного туризма по отраслевой принадлежности нами учитывались те отрасли, в которых два и более предприятия вовлечены в промышленный туризм на постоянной коммерческой основе. Если учитывать социальный туризм в рамках проведения профориентации, то классификация будет включать в себя практически все отрасли промышленности Республики Беларусь.

В зависимости от **возраста целевой аудитории и по составу группы** можно осуществить следующую классификацию. По возрасту можно выделить группы целевой аудитории промышленного туризма:

школьники (6–16 лет);

студенты (17–25 лет);

взрослые (26 лет и старше)²⁹.

Промышленный туризм охватывает практически все возрастные категории, так как в равной степени может быть интересен как школьникам и студентам, так и людям среднего возраста и старше. Каждое предприятие устанавливает самостоятельно возрастные ограничения для посещения, исходя из специфики производства. Целью проведения туров для школьников обычно является профессиональная ориентация, удовлетворение познавательных потребностей. Студентов важно ознакомить с научно-техническим

²⁸Примеры предприятий, доступных для посещения: РУП «Гомельская фабрика художественных изделий «Любна», РУП «Слуцкие пояса», ОАО «Белхудожжерамика».

²⁹Дыленок Ю.П., Сидорович С.В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю.П. Дыленок, С.В. Сидорович. — Минск, 2022. — С. 9.

потенциалом и технологическим процессом, а также показать преимущества работы на предприятии. Людям зрелого возраста интересен процесс выпуска продукции, ее качество³⁰.

Также аудиторию туристов можно разделить на граждан Республики Беларусь и иностранных граждан. Организованные группы обычно являются однородными по своему составу, однако в случае сборных производственных экскурсий группа может состоять как из внутренних туристов, так и иностранных. Предприятиям, как и туроператорам, следует постоянно отслеживать заявки и учитывать состав сборных групп, чтобы обеспечивать равенство в количестве и качестве предоставляемых услуг. При необходимости разделять группу и привлекать дополнительного экскурсовода или гида-переводчика. Подобный подход следует сохранять и при работе со сборными группами разновозрастных экскурсантов.

1.3 Генезис и этапы развития промышленного туризма в Республике Беларусь

Первый этап. Зарождение промышленного туризма на белорусских землях можно отнести к XIX в. Первой формой, в которой реализовался промышленный туризм, можно считать экскурсии на промышленные и сельскохозяйственные выставки. В 1818 г. в Варшаве состоялась выставка промышленных товаров. Первая в Российской империи выставка российских мануфактурных произведений прошла в Санкт-Петербурге в 1829 г. В 1843 г. в Одессе прошла выставка скота, которая стала первой сельскохозяйственной выставкой в Российской империи. На территории Беларуси впервые промышленная и сельскохозяйственная выставка состоялась в июне 1837 г. в Минске. Всего в период с 1829 по 1914 гг. экспоненты и экспонаты из Беларуси были представлены на более чем 200 отечественных и зарубежных выставках³¹.

Важно отметить, что все выставки носили всесословный характер и были доступны для всех категорий населения. Также проводились бесплатные экскурсии. Юбилейная сельскохозяйственная и кустарно-промышленная выставка, которая состоялась в Минске в 1901 г., включала в программу практические беседы и публичные лекции. Выставку в Минске в 1914 г. посетили 5066 человек по платным билетам и 900 человек в рамках бесплатных экскурсий, которые проводились для учеников Марьиногорской и Еврейской

³⁰Там же. — С. 7, 9.

³¹Киштымов, А.Л. Беларусь на выставках XIX — начала XX в. / А.Л. Киштымов. — Минск, 2021. — С. 46–50, 72, 159.

сельскохозяйственной школы и др.³² Экскурсии по выставкам носили социальный и просветительский характер, хотя уже и присутствовали элементы коммерциализации в виде продажи билетов для определенных категорий населения.

С середины XIX в. известна практика проведения экскурсий на предприятия для учащихся. Студенты Горы-Горецкого земледельческого института направлялись на экскурсии в различные губернии с целью осмотра лучших имений и хозяйств государственных крестьян, а также технических производств. В 1904 г. Минское общество сельского хозяйства приняло решение о проведении первой экскурсии в Бобруйскую школу садоводства и сады Марьиногорской школы. На собрании после ее проведения была отмечена важность экскурсий и принято решение об их регулярном проведении. Также было предложено составить список передовых хозяйств и возить туда всех желающих³³.

Слушатели сельскохозяйственных курсов в 1913–1914 учебном году посетили с экскурсией болотное опытное хозяйство «Ляхва» в Мозырском уезде и радзивилловское имение Малево возле Несвижа. Слушатели курсов для народных учителей в Минске были на экскурсиях в еврейской сельскохозяйственной образцовой ферме и саду Голлаша, молочном производстве Штакель и Шабловского в Минске, Болотной опытной станции в Минске. Для популяризации аграрного производства учащиеся и крестьяне направлялись на экскурсии в сельскохозяйственные музеи (например, в 1912 г. Минское губернское земство учредило сельскохозяйственный музей в Минске). Более того, в культурно-просветительских целях губернскими земствами при поддержке департамента земледелия организовывались для крестьян и мелких землевладельцев экскурсии в Данию и Швецию для изучения местного сельского хозяйства³⁴. Вместе с тем экскурсионное посещение промышленных и сельскохозяйственных предприятий имело ограниченный характер и было подчинено образовательным целям.

³²Там же. — С. 78, 80.

³³Каспяровіч, Г.І. Сельскагаспадарчая адукацыя / Г.І. Каспяровіч // Нарысы гісторыі культуры Беларусі. У 4 т. Т. 3. Культура сяла XIV — пачатку XX ст. Кн. 1. Матэрыяльная культура. — Мінск, 2015. — С. 433–434.

³⁴Каспяровіч, Г.І. Сельскагаспадарчая адукацыя / Г.І. Каспяровіч // Нарысы гісторыі культуры Беларусі. У 4 т. Т. 3. Культура сяла XIV — пачатку XX ст. Кн. 1. Матэрыяльная культура. — Мінск, 2015. — С. 517, 527–528, 530; Об экскурсиях в Швецию и Данию дополнительно см.: Зянько, А.Л. Арганізацыя сельскагаспадарчых экскурсій у Беларусі ў пачатку XX ст. / А.Л. Зянько // Матэрыялы II Міжнароднай навучна-практычнай канферэнцыі «Перспектывы развіцця турызма ў сучасных умовах: светныя тэндэнцыі і рэгіянальныя кантэксты». — Мінск, 2022 — С. 434–436.

После Октябрьской революции и до начала проведения индустриализации сохранялись те же тенденции. Промышленность постепенно восстанавливалась после Первой мировой, Советско-польской и гражданской войн. Экскурсии на промышленные и сельскохозяйственные выставки по-прежнему оставались той формой, в которой реализовывался промышленный туризм.

Важной вехой стала Первая Всесоюзная сельскохозяйственная и кустарно-промышленная выставка в Москве в 1923 г. Выставка должна была продемонстрировать первые итоги восстановления хозяйства и содействовать дальнейшему его подъему через обмен опытом между сельскими хозяйствами и показ новейших достижений. Для подготовки к участию в выставке 3 января 1923 г. при Наркомате земледелия БССР был создан специальный орган — Выставочный комитет Беларуси (Высткомбел). На этот орган возлагались все организационные вопросы, среди которых была и организация отправки на выставку в Москву белорусских экскурсантов, прежде всего из числа беднейшего крестьянства. С этой целью в июне 1923 г. создано Центральное экскурсионное бюро Беларуси, в состав которого вошли представители Агитпропа ЦК КПБ, Главлитпросвета, Управзема и два представителя Высткомбела. Первоначальная квота экскурсантов для Беларуси была определена в количестве 1500–2000 человек. В итоге было выделено 1060 мест, которые были распределены между крестьянами, работниками Народного комиссариата просвещения, профсоюзами работников земли и леса, центрального аппарата профсоюзов и красноармейцами. Экскурсантам предоставлялось жилье и питание, обеспечивался бесплатный проезд на трамвае и пр. Посещение экскурсантами выставки освещалось на страницах газеты «Савецкая Беларусь»³⁵.

Первая Всебелорусская сельскохозяйственная и промышленная выставка работала в Минске с 10 августа до 1 ноября 1930 г. Для реализации просветительно-агитационных целей выставки было принято решение о централизованной организации экскурсий со всей территории БССР с охватом не менее 12 % от всех крестьянских дворов. Первоначально было запланировано задействовать в экскурсиях 80 000 человек, однако для обеспечения такого количества экскурсантов требовалась значительная сумма (880 000 руб.), поэтому Народный комиссариат предложил сократить количество участников до 60 000, с условием, что большую часть расходов возьмут на себя колхозы,

³⁵Грунтоў, С.У. Забытая экспедыцыя 1923 года: ля вытокаў акадэмічнай этнаграфіі ў Беларусі: альбом-манаграфія / С.У. Грунтоў, Я.І. Грыневіч, Н.І. Саўчанка. — Мінск, 2023. — С. 152, 157–158, 163–164.

совхозы и предприятия (полная оплата — только на «бедняцкую» часть — не более 15 000 чел.). Общая сумма расходов должна была составить не более 100 000 руб. Кроме этого, для размещения экскурсантов предлагалось построить несколько просторных барakov и столовых³⁶.

Таким образом, можно отметить, что именно для обеспечения экскурсионных поездок на выставки была организована первая в БССР туристическая организация — Центральное экскурсионное бюро Беларуси.

Второй этап. С началом индустриализации в СССР промышленный туризм в Беларуси выходит на новый концептуальный и организационно-методический уровень, однако по-прежнему носил социальный и образовательно-просветительский характер, где на первом месте находились вопросы идеологии. В годы довоенных пятилеток туристы принимали активное участие в пропаганде социалистического строительства, политики партии и правительства. Основными туристскими лозунгами были: «Пролетарский туризм есть форма классовой борьбы», «Пролетарский туризм — путь к социалистической культуре», «Хочешь знать свою страну — будь туристом»³⁷.

Большую работу по выбору заводских и промышленных объектов Минска для формирования туристического маршрута провел Е. Левчук. Он подготовил и издал в 1928 г. краткую информацию о 18 минских предприятиях, среди которых войлочная фабрика, кондитерская фабрика «Прогресс», обойная фабрика им. Воровского, пивоваренный завод «Беларусь», шеточная фабрика, гута «Пролетарий» и др. Автор отметил, что популярность знакомства с производством через экскурсию растет и является наиболее эффективной. Е. Левчук справедливо подчеркивал, что для «более-менее основательного представления о Минске» одного ознакомления с промышленностью недостаточно и предложил цикл из трех экскурсий: сначала нужно посетить экскурсию «для агульнага азнаямлення з Менскам, яго гісторыяй, ростам» (по современной терминологии — обзорная экскурсия). Затем следовало совершить производственную экскурсию, а затем уже экскурсию для ознакомления с культурой столицы. Для обзорной экскурсии предлагалось использовать башню Красного костела, Замковую гору или иное высокое ме-

³⁶Денисов, А.В. Подготовка Первой Всебелорусской сельскохозяйственной и промышленной выставки в БССР в 1927–1929 гг. Оформление концепции и планирование / А.В. Денисов // Труды БГТУ. Сер. 6, История, философия. — Минск, 2019. № 1 (221). — С. 72.

³⁷Кушнеревич, А.Н. Теория и история туризма : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) / А.Н. Кушнеревич. — Минск, 2023. — С. 196.

сто, откуда видно город. Таким образом, автор практически описал метод панорамного показа³⁸.

В январе 1931 г. согласно постановлению ЦК КП(б)Б было организовано оргбюро Общества пролетарского туризма и экскурсий Беларуси (ОПТЭ). Были определены основные маршруты всесоюзного значения: сельскохозяйственный (Орша — Жодино — Минск); индустриальный (Борисов — Речица — Гомель); краеведческий (Витебск — Орша). К концу года по маршрутам индустриального значения прошли 464 человека, сельскохозяйственного — 215, краеведческого — 715 человек³⁹.

Одним из первых специализированных белорусских изданий по туризму стала методическая брошюра «Экскурсія на завод» (1931 г.). Методическая схема организации и проведения экскурсий на завод была разработана Научно-методическим сектором Центрального совета Общества пролетарского туризма и экскурсий. Показательно, что именно производственная экскурсия оказалась в центре внимания, так как промышленный туризм наиболее соответствовал задачам социалистического строительства эпохи индустриализации: «Рабочыя масы павінны ведаць дасягненні лепшых перадавых прадпрыемстваў у справы соцыялістычнага будаўніцтва, ліквідацыі тэхнічнай адсталасці і перабудовы працы па-новаму, для таго, каб практыку гэтых прадпрыемстваў перанесці на больш адсталыя прадпрыемствы. Адным з найлепшых метадаў азнаямлення з новай тэхнікай, з перабудовай працы па-новаму зьяўляецца арганізацыя сыстэматычных плянавых вытворчых экскурсій і тэпходаў, якія шырока выкарыстоўваюцца арганізацыямі Таварыства пролетарскага турызму і экскурсій і далі ўжо пэўныя вынікі»⁴⁰.

Согласно рекомендациям вводная часть экскурсии требовала от экскурсовода дать «выразную політычную ўстаноўку тэмы». Внимание уделялось красным флагам и лозунгам, плакатам, мемориальным доскам, доске соревнования, новостройкам предприятия. Посещение «красного уголка» предусматривало краткое знакомство с производственными показателями в дореволюционный период в сравнении с началом реконструкции предприятия и на момент проведения экскурсии. Также рассказывалась краткая

³⁸Лупашка, І. Турысцка-экскурсійная работа ў БССР ў 1920-я гг. па матэрыялах часопіса «Наш Край» / І. Лупашка // Роднае слова, 2022. № 4. — С. 87; Ляўчук, Я. Фабрычна-прамысловыя прадпрыемствы места Мінску: (нататкі да маршрутаў) / Я. Ляўчук // Наш край, 1928. № 6–7. — С. 27–33.

³⁹Кушнеревич, А.Н. Теория и история туризма : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) / А.Н. Кушнеревич. — Минск, 2023. — С. 195.

⁴⁰Экскурсія на завод: Метад. схема. Мн., 1931. — С. 1.

история революционной борьбы на заводе в период 1905–1917 гг. В цехах экскурсанты знакомились непосредственно с технологическим процессом, выпускаемой продукцией, работниками завода, условиями работы и охраной труда, системой профобучения и пополнения кадров, общественно-политической жизнью предприятия, устройством и бытом рабочих городков. Внимание также обращалось на систему оплаты труда, экономики предприятия, вопросам утилизации отходов производства. Отдельно экскурсанты посещали столовую для изучения меню и системы организации питания. Стоит отметить продуманность структуры и достаточно высокий методический уровень разработанных рекомендаций для организации производственной экскурсии. Лозунг, открывающий издание, «Разгорнем вытворчыя экскурсіі на прамысловыя прадпрыемствы», не теряет актуальность и сегодня.

В послевоенный период, в 1950–1980-е гг., республиканские и местные туристические организации организовывали для учащихся (школьники и студенты) экскурсии и походы по местам трудовой славы (производствам) и посещали крупнейшие стройки. С 1965 г. начало работу Минское городское экскурсионное бюро при Белорусском совете по туризму и экскурсиям, в котором трудились 9 штатных работников, 82 внештатных экскурсовода по городу и более 100 экскурсоводов на промышленных предприятиях, что свидетельствует о востребованности производственных экскурсий. Минское городское экскурсионное бюро также организовывало экскурсии для сельских жителей Слуцкого, Логойского, Пуховичского, Дзержинского, Березинского, Червенского, Копыльского, Солигорского и других районов области. Программа путешествия, помимо экскурсии по Минску и его окрестностям, посещения музеев, цирка и театра, также включала знакомство с работой промышленных предприятий⁴¹.

В 1979 г. изданы методические рекомендации «Требования к методической разработке экскурсий», одобренные Экскурсионным управлением Центрального совета по туризму и экскурсиям. Среди тематических экскурсий выделена производственно-экономическая, основные цели которой — воспитательные. Задача экскурсий — ознакомление с передовым производственным опытом, показ производственного процесса в зависимости от характера и специфики производства, а также пропаганда решений партии и правительства по созданию материально-технической базы коммунизма. Особенностью производственных экскурсий для школьников является то,

⁴¹Кушнеревич, А.Н. Теория и история туризма : учеб.-метод. комплекс. — Минск, 2023. — С. 214–215.

что они проводятся с целью профессиональной ориентации, воспитания уважения и любви к труду, людям труда⁴².

В Беларуси коммерческий промышленный туризм в его современном понимании является достаточно молодым явлением. Первопроходцем в данной сфере стал стекольный завод «Неман» в г. Березовка Лидского р-на, принимающий экскурсантов с 1980-х. И это было фактически единственное предприятие, которое на регулярной основе работало с туристами. В 1990-е на фоне общего экономического спада ситуация существенно не изменилась: в основном проводились только профориентационные экскурсии для учащихся. Даже в начале 2010-х лишь единичные заводы развивали промышленный туризм. С этого времени в данном направлении успешно работает «Белхудожкерамика» в г. п. Радосковичи Молодечненского р-на.

Третий этап в развитии отечественного промышленного туризма начинается с 15 июля 2015 г., когда БЕЛАЗ начал реализацию проекта промышленного туризма «БЕЛАЗ — бренд Беларуси» и первым в машиностроительной отрасли страны открыл двери туристам⁴³. С 2017 г. МТЗ стал проводить экскурсии по территории предприятия под лозунгом «МТЗ — место, где рождаются BELARUSы».

Успешный опыт упомянутых выше заводов послужил примером для иных предприятий различных отраслей, и на сегодняшний день производственные экскурсии являются уже практически обязательным элементом туристических программ белорусских туроператоров.

На основании полученных нами сведений можно выделить две волны подъема коммерческого промышленного туризма — 2016–2017 гг. и 2021–2023 гг. Именно в эти два временных отрезка наибольшее количество предприятий начало туристическую деятельность. Первый подъем связан с успешным примером БЕЛАЗа. Нами было установлено, что в этот период как минимум 15 предприятий стали проводить производственные экскурсии на коммерческой основе. В последующем число предприятий доступных для туристов росло ежегодно, но в небольшом количестве. Второй подъем промышленного туризма начался в 2021 г. Помимо положительного опыта коллег, он обусловлен проводимыми в Республике Беларусь мероприятиями по развитию и популяризации промышленного туризма, а также естественным ростом внутреннего туризма, что связано с ограничениями в международном выездном туризме из-за пандемии COVID-19.

⁴²Требования к методической разработке экскурсий. — Москва, 1979. — С. 33.

⁴³За это время БЕЛАЗ посетили более 275 382 человек из более чем 25 стран мира (цифра дана на момент проведения исследования).

В 2019 г. Национальное агентство по туризму подготовило и выпустило брошюру «Промышленный туризм в Беларуси», которая также издана на иностранных языках (английском, арабском, иврите, испанском, итальянском, китайском, немецком, польском, французском).

В 2020 г. Межведомственный экспертно-координационный совет по туризму при Совете Министров Республики Беларусь утвердил Национальную стратегию развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года (далее — Стратегия), в которой промышленный туризм отмечен как развивающееся «более современное» направление и выделен в ряду приоритетных видов туризма. Как уже было упомянуто ранее, в Стратегии также впервые официально дано определение термина «промышленный туризм». В качестве туристического продукта он предполагался для продвижения на рынках стран Европы и США. В Стратегии отмечено, что развитие промышленного туризма служит дополнительной рекламой продукции, способствует ее сбыту, дальнейшему экономическому росту предприятий, продвижению туристических возможностей регионов. Были определены направления развития данного вида туризма:

- создание условий для посещения промышленных предприятий туристами при проектировании, реконструкции, строительстве объектов;

- разработка экскурсий и их встраивание в туристический продукт;

- расширение перечня оказываемых туристических услуг и реализация продукции посредством создания корпоративных музеев (экспозиционных площадок), фирменных магазинов на предприятиях;

- обмен опытом между предприятиями и субъектами туристической деятельности по вопросам формирования туристического продукта⁴⁴.

В 2021 г. при Межведомственном экспертно-координационном совете по туризму при Совете Министров Республики Беларусь создана рабочая группа по развитию промышленного туризма. Также в 2021 г. введена номинация «Лучший объект промышленного туризма» в рамках ежегодного Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь». Первым лауреатом в номинации «Объект промышленного туризма года» стал стеклозавод «Неман» (г. Березовка).

В 2022 г. Национальное агентство по туризму издало «Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах», адресованные специалистам на производственных

⁴⁴Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/news/.pdf> (дата обращения: 07.08.2024). — С. 9, 24, 38–39.

предприятиях, которые занимаются разработкой и проведением экскурсий. В методических рекомендациях дана общая характеристика и рассмотрены основные понятия промышленного туризма, описан алгоритм разработки технологической карты и контрольного текста производственных экскурсий.

С 2022 г. Министерство спорта и туризма Республики Беларусь и Национальное агентство по туризму проводят Республиканскую акцию «Вандруй. Адчуй. Натхняйся», которая направлена на популяризацию внутреннего туризма. В акции принимают участие промышленные предприятия, которые можно посетить с бесплатными экскурсиями в формате «день открытых дверей».

В 2023 г. введена Единая классификация видов туризма в Республике Беларусь, в которой дано определение понятия «промышленный туризм» и приведены его классификационные признаки.

В 2024 г. в Беларуси март объявлен месяцем промышленного туризма, в рамках которого Министерство спорта и туризма совместно с Министерством промышленности инициировали проведение ряда мероприятий, способствующих популяризации данного вида туризма: образовательные семинары, пресс-конференции, круглые столы, мастер-классы, профориентационные экскурсии для учащихся учреждений среднего образования во время весенних каникул, месячник «открытых дверей» на предприятиях и др.

Обобщая вышеуказанные сведения о ключевых моментах развития промышленного туризма в Республике Беларусь, можно предложить следующую периодизацию этапов его развития (см. табл. 1), которая основана на качественных внутренних характеристиках самого явления⁴⁵.

Таблица 1. Этапы развития промышленного туризма в Беларуси

Этапы	Хронологические рамки	Характеристика этапа
I этап	XIX в. первая четверть XX в.	Формирование предпосылок для развития и зарождения промышленного туризма. Данный вид представлен экскурсиями на промышленные и сельскохозяйственные выставки. Возникновение практики экскурсионного посещения предприятий учащимися, однако она не была широко распространена и не имела массового характера. Экскурсии имели социальный и образовательно-просветительский характер

⁴⁵Необходимо подчеркнуть, что по этой причине этапы развития промышленного туризма не совпадают с этапами истории белорусской государственности, так как политические факторы в данном случае не являются ключевыми и определяющими.

Этапы	Хронологические рамки	Характеристика этапа
II этап	1930-е 2010-е гг.	Институализация промышленного туризма. Посещение действующих заводов и строек. Производственные экскурсии проходят на научно-методической основе. Организаторами являются туристические учреждения. Экскурсии носят социальный, идеологический и образовательно-просветительский характер (профориентация). Промышленный туризм с конца 1980-х приобретает коммерческую направленность, однако подобная практика имеет ограниченный масштаб
III этап	2015 г. настоящий момент	Развитие коммерческого промышленного туризма. Массовый характер. Охват множества промышленных отраслей. Нормативно-правовое определение понятия «промышленный туризм» и его выделение в отдельный вид туризма

1.4 Зарубежный опыт развития промышленного туризма

1.4.1 Европейский опыт развития промышленного туризма

Европейский маршрут промышленного наследия (European Route of Industrial Heritage, ERIH)⁴⁶ сертифицирован в качестве одного из Культурных маршрутов Совета Европы в 2019 г. (повторная сертификация состоялась в 2023 г.). Идея о создании ERIH возникла в 1999 г. в связи с проведением кампании «Европа — общее наследие» в целях повышения осведомленности общественности о ценностях культурного ландшафта и архитектурного наследия и сохранения данного наследия. Немецкое общество промышленной культуры (DGfI) предложило создать общеевропейскую сеть, которая помогла бы продвигать промышленное наследие в качестве туристического бренда. Незадолго до этого был запущен «Маршрут промышленного наследия» в Рурской области, в разработке которого принимало участие DGfI. Европейская сеть могла бы содействовать развитию данного проекта. Так как до этого промышленное наследие практически не преподносилось как туристический продукт, и туристы, и туристические ор-

⁴⁶European Route of Industrial Heritage [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.erih.net/>. — Date of access: 23.09.2024.

ганизации нуждались в подтверждении привлекательности промышленных объектов для включения их в свои программы. Таким образом, ERIH выступает в качестве одного из инструментов продвижения промышленного туризма в странах Европы. Сам проект по созданию маршрута осуществлялся в период с 2002 г. по 2007 г., а маршрут продолжает действовать и сегодня.

ERIH в совокупности включает в себя более 2300 объектов. В программе участвуют 28 стран, однако объекты маршрута охватывают гораздо больше государств. Например, Республика Беларусь не является участником сети ERIH, однако в маршруте представлены 5 белорусских объектов: Августовский канал, Музей железнодорожной техники в г. Брест, Музей железной дороги в г. Барановичи, Музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий «Дудutki» и железнодорожная станция «Орша-Центральная». Неизвестны критерии, по которым данные объекты включены в карту маршрута, однако можно предполагать, что выбор связан с приграничным расположением и транзитным характером (вдоль основной железнодорожной и автомобильной магистрали) объектов. Кроме того, учитывая, что основа маршрута была сформирована в 2002–2007 гг., на тот момент в Беларуси практически и не было иных объектов промышленного туризма, которые могли бы быть представлены в ERIH.

Основу ERIH составляют более 100 «опорных пунктов», каждый из которых имеет особую привлекательность, включая экскурсии, мультимедийные презентации и мероприятия. Например, «ExtraSchicht — Ночь промышленного наследия» в Рурской области (Германия) или «Industriada» в Силезии (Польша) являются крупными фестивалями, которые привлекают сотни тысяч посетителей.

Каждый объект сети ERIH включен в один или несколько тематических маршрутов, которые структурированы по 16 отраслевым направлениям (с 44 подкатегориями) и в совокупности демонстрируют связи между различными памятниками европейского промышленного наследия. В дополнение к этому есть маршрут с посещением музеев предприятий и экскурсиями по производству, а также маршрут по объектам промышленного наследия из Списка всемирного наследия ЮНЕСКО.

Помимо отраслевых маршрутов, также представлены региональные маршруты (см. табл. 2), которые отражают местную специфику промышленного развития⁴⁷.

⁴⁷European Route of Industrial Heritage [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.erih.net/>. — Date of access: 23.09.2024.

Таблица 2. Региональные маршруты сети ERIN

Страна	Маршрут
Австрия	Железная тропа Штирии
Чехия	Моравско-Силезская технотрасса
Финляндия	Западное побережье Финляндии
Германия	1. Берлин 2. Еврорегион Маас-Рейн 3. Столичный регион Гамбурга 4. Промышленные долины 5. Лужица 6. Северный Гессен 7. Рейн-Майн 8. Рур 9. Саар-Лор-Люкс 10. Саксония 11. Саксония-Анхальт
Италия	Водные пути долины реки По
Люксембург	Регион красных скал — от земли к стали
Нидерланды	1. Еврорегион Маас-Рейн 2. Голландский маршрут
Польша	Силезия
Испания	1. Астурия 2. Страна Басков 3. Каталония
Соединенное Королевство	Южный Уэльс

Промышленный туризм **в Германии** развивается по двум основным направлениям:

создание специализированных центров на территории промышленных предприятий для посещения туристами (например, Audi в Ингольштадте, BMW Welt в Мюнхене, Autostadt VW в Вольфсбурге, Музей Porsche и Mercedes-Benz в Штутгарте и др.);

консервация, реконструкция и музеефикация недействующих промышленных объектов, использование индустриального наследия в качестве туристических достопримечательностей (например, объекты промышленного наследия Рурской области).

В качестве примера первого направления рассмотрим «Мир BMW» (BMW Welt) в Мюнхене. Это многофункциональный выставочный центр, открытый в октябре 2007 г. Изначально предполагалось открыть центр до Чемпиона-

та мира по футболу 2006 г., проводимого в Германии. Стоит отметить, что проведение крупных международных спортивных соревнований нередко становится катализатором развития туризма в определенном регионе или стране. «Мир BMW» выступает как выставочный комплекс, предназначенный для презентации и продвижения новейших моделей BMW, BMW Motorrad, MINI, Rolls-Royce Motor Cars, а также для проведения различных мероприятий. Можно осуществить тест-драйв. Расположенный рядом Музей BMW был открыт к Олимпиаде 1972 г. (повторное открытие после реконструкции состоялось в 2008 г.). Музей, прежде всего, знакомит посетителей с историей компании и выпускаемыми в разные периоды автомобилями. Стоит отметить, что кроме экскурсий по музею возможно посещение самого завода BMW в Мюнхене. Производственные экскурсии проходят с понедельника по пятницу. Комплекс BMW включает в себя несколько ресторанов и кафе, сувенирный музейный магазин и магазин брендовой одежды и аксессуаров. Кроме того, проводятся различные мастер-классы, обучающие и детские развлекательные программы. Также в комплексе возможно проведение частных мероприятий, например, дней рождений, и корпоративных (тимбилдинг)⁴⁸.

«Маршрут промышленного наследия» в Рурской области является одним из первых подобных европейских проектов и функционирует более 20 лет. В маршрут протяженностью 400 км включены наиболее важные и привлекательные с туристической точки зрения промышленные памятники Рурской области, которая когда-то была одним из ведущих горнодобывающих регионов мира. В сеть маршрута входят 27 ключевых точек, 57 основных локаций (промышленные предприятия, шахты, музеи и др.), 17 смотровых площадок и 13 самых значимых и красивых населенных пунктов Рурского региона. В маршрут также включен единственный объект всемирного наследия ЮНЕСКО в Рурской области — недействующая каменноугольная шахта Цольферайн в г. Эссен. Сформированы 32 тематических маршрута, которые охватывают в совокупности 1000 локаций. Например, «Баухаус и промышленная культура», «Рейнский горный маршрут», «Сады и парки», «Мифы о Рурской области» и др. На официальном портале маршрута размещается его интерактивная карта и описания локаций и тематических маршрутов⁴⁹. В 2010 г. Рурская область была выбрана Европейской культурной столицей. Это первый случай, когда этот статус присвоен промышленному региону, а не городу.

⁴⁸BMW Welt and BMW Museum in Munich [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.bmw-welt.com/en/index.html>. — Date of access: 08.09.2024.

⁴⁹Маршрут индустриальной культуры (промышленное наследие Рурской области) [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.route-industriekultur.ruhr/ru/> (дата обращения: 22.09.2024).

«Мир Кэдбери» (Cadbury World) в **Англии** представляет иной подход к развитию промышленного туризма. «Мир Кэдбери» в Борнвилле, пригороде Бирмингема, — это музей и развлекательный центр, основанный компанией Cadbury, одной из ведущих мировых шоколадных и кондитерских фабрик. С 1990 г. «Мир Кэдбери» знакомит посетителей с историей компании, а также процессом производства шоколада через прохождение 14 тематических зон, в которых представлены экспонаты, аттракционы, анимации, интерактивные панели и др. Работает сувенирный магазин и магазин продукции. С момента открытия, если не считать период пандемии коронавируса, «Мир Кэдбери» ежегодно посещают не менее 400 000 человек. Непосредственно на производство туристов не допускают и экскурсии не проводятся⁵⁰.

В качестве успешного примера реализованного и действующего проекта промышленного туризма в **Италии** можно назвать тур «Сделано в Турине: путешествуй по превосходному». Турин является значимым промышленным и деловым центром страны, поэтому неудивительно, что подобный проект реализован именно в этом городе. Запуск в 2005 г. был связан с подготовкой к проведению XX зимних Олимпийских игр, которые проводились с 10 по 26 февраля 2006 г. в Турине. Крупнейшее спортивное мероприятие естественным образом привлекло внимание огромного количества туристов, что благоприятно сказалось на посещаемости города и региона и помогло диверсифицировать предложение турпродукта и повысить интерес к промышленному продукту Турина в целом. Маршрут «Сделано в Турине» объединяет 46 ведущих предприятий и мастерских различных отраслей⁵¹. Пожалуй, самым известным брендом Турина и одним из промышленных символов всей Италии является FIAT. Для посетителей открыт центр «Дом Фиат» (Casa Fiat) в туринском районе Линготто, где в 1923 г. был открыт одноименный автомобильный завод, на тот момент крупнейший в мире. После закрытия завод был трансформирован в многофункциональный комплекс, где и находится центр «Casa Fiat». Посетители через интерактивную экспозицию знакомятся с историей и современностью известного автомобильного бренда⁵².

⁵⁰Cadbury World [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.cadburyworld.co.uk/>. — Date of access: 08.09.2024.

⁵¹Made In Torino. Tour The Excellent [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.turismotorino.org/en/made-torino-tour-excellent-special-groups>. — Date of access: 08.09.2024.

⁵²Casa Fiat [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.pinacoteca-agnelli.it/en/casa-fiat/>. — Date of access: 08.09.2024.

В **Латвии** и **Эстонии** в 2017–2019 гг. реализован совместный проект «Возрождение индустриального наследия для развития туризма» (Revival of industrial heritage for tourism development). В проект было вовлечено 25 объектов. Старейшие сохранившиеся в Эстонии и Латвии объекты индустриального наследия относятся к XVIII в. Проект объединяет промышленные объекты времен вхождения обеих стран в состав Российской империи, а также периода независимости Эстонии и Латвии. Основной целью проекта было возрождение индустриального наследия советского периода, в том числе для развития туризма. Основные задачи:

1) популяризировать в регионах проекта ценности индустриального наследия и его значения в повышении разнообразия туристического предложения;

2) создать сеть сотрудничества между заинтересованными сторонами в сфере туризма и индустриального наследия, а также способствовать сотрудничеству с европейскими сетями индустриального наследия;

3) превращать объекты индустриального наследия в привлекательные места для туризма, соответствующие нуждам путешественников;

4) рекламировать туристические места индустриального наследия для зарубежных и местных путешественников.

В 2018 г. издан путеводитель «Индустриальное наследие как туризм в Эстонии и Латвии», в котором представлены следующие категории объектов: заводы, включая связанные с производством жилые и административные здания, а также музеи предприятий;

мельницы (паровые, ветряные, водяные);

железнодорожное наследие (железнодорожные пути, станции, технические помещения);

водонапорные башни;

маяки.

Информация об объектах включает в себя название, населенный пункт, координаты, ссылку на сайт, краткую историю, фотографии. В предисловии отмечено, что индустриальное наследие является частью культурного наследия и рассказывает о развитии промышленных технологий, изменениях в производственных методах и условиях труда, а также помогает более широко понять историю и развитие общества. Туризм по объектам индустриального наследия является растущим трендом и дает хорошую возможность сохранить и демонстрировать старые промышленные здания, технику и навыки пользования ей⁵³.

⁵³Индустриальное наследие как туризм в Эстонии и Латвии. — Рига, 2018. — С. 3.

В рамках проекта также создан сайт www.industrialheritage.travel с интерактивной картой с указанием объектов промышленного наследия, о которых приводится краткая информация, фотогалерея и виртуальный тур. Важно отметить, что в проект включены не только действующие исторические предприятия и музеи, но и заброшенные объекты, которые обрели вторую жизнь благодаря туризму⁵⁴. В 2019 г. объекты промышленного наследия, объединенные проектом, посетили 399 636 человек. Благодаря данному проекту в Латвии и Эстонии промышленный туризм был перезапущен и вышел на новый уровень.

Центром промышленного туризма **Литвы** можно назвать г. Паневежис⁵⁵, в котором находится несколько значимых промышленных объектов, доступных для туристов: пивоварня «Kalnapilis», мыловаренный завод, льнозавод, стеклозавод, завод «Ekranas» и др. Местные объекты промышленного наследия сопровождает онлайн-платформа Pamatyk Lietuvoje и приложение Walk15.

В Литве следует выделить туристический проект «Путешествие по литовским напиткам»⁵⁶, объединяющий четыре города и предприятия: Алитус (Alita), Каунас (Stumbras), Шяуляй (Gubernija) и Аникшчяй (Anykščių vynos). Это крупнейшие предприятия-производители алкогольных напитков, которые стремятся развивать аутентичные традиции производства напитков. Stumbras — старейший литовский производитель крепкой алкогольной продукции (1906 г.). Экскурсия предполагает посещение первого (и единственного в Литве) музея спиртных напитков, открывшегося в 2009 г. Посетители знакомятся не только с историей предприятия, но и процессом производства с последующей дегустацией. Винодельня «Anykščių vynos» (1926 г.) также предлагает посещение производства с дегустацией после экскурсии. «Gubernija», старейшая пивоварня Литвы, история которой восходит к 1665 г., рассказывает туристам о процессе пивоварения и проводит дегустацию. Завод «Alita» (1963 г.) известен производством игристых вин естественного брожения. Экскурсия предполагает посещение производства и знакомство с технологическим процессом и возможную дополнительно дегустацию.

⁵⁴Например, сушильная фабрика Алатскиви, маяк Сорве, водяная мельница Хелленурме в Эстонии; водонапорная башня Айзпите, башня Кулдигской игольной фабрики, водяная мельница Яунпилс и квартира рабочего Лигатненской бумажной фабрики в Латвии.

⁵⁵Discover industrial tourism in Panevėžys / Public Institution Panevėžys Development Agency [Electronic resource]. — Mode of access: https://www.panevezysnow.lt/uploads/Turizmas/Discover%20Industrial%20tourism%20in%20Panev%C4%97%C5%BEys_EN_2021-02-23.pdf. — 03.08.2024.

⁵⁶Stumbras Museum [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.stumbras.lt/en/museum/>. — Date of access: 04.09.2024.

Среди популярных промышленных объектов также можно отметить экскурсии на Игналинскую АЭС, которая возможна в формате посещения информационного центра и непосредственно территории электростанции.

1.4.2 Промышленный туризм в Китайской Народной Республике

Китайская Народная Республика является одним из мировых промышленных лидеров, однако промышленный туризм в стране является достаточно молодым и быстроразвивающимся направлением. В период с 1990 г. по 1996 г. 13 предприятий допустили на свои площадки туристов.

У истоков промышленного туризма Китая стоит завод по производству пива марки Tsingtao. В 2003 г. предприятие создало музей пенного напитка, с чего началась его деятельность в сфере промышленного туризма. В 2018 г. количество туристов, посетивших экспозицию, достигло 4,5 млн человек. Музей завода Tsingtao входит в топ-5 площадок мира, посвященных презентации пивной культуры⁵⁷.

С 2017 г. Министерство промышленности и информатизации КНР внесло 194 объекта в список национального промышленного наследия страны. В Списке объектов всемирного наследия ЮНЕСКО находится «Великий канал», который строился в течение двух тысячелетий (VI в. до н. э. — XIII в. н. э.) и является действующим и крупнейшим в мире судоходным каналом, соединяющим порты Шанхай и Тяньцзинь.

В 2021 г. Министерство промышленности и информатизации, Государственный комитет по делам развития и реформ Китая, Министерство образования и другие восемь ведомств совместно выпустили «План реализации содействия развитию промышленной культуры (2021–2025 гг.)». Согласно документу Китай поощряет продвижение индустриального туризма в регионах и создание демонстрационных баз промышленного туризма, используя промышленное наследие, старые и новые заводы, тематические музеи и другие индустриальные ресурсы, а также призывает регионы использовать такие объекты для создания ряда исследовательских и практических баз (лагерей) промышленной культуры. 3 ноября 2022 г. Министерство культуры и туризма КНР запустило в действие 53 национальные демонстрационные базы промышленного туризма.

Как и в других странах, в Китае проходят процессы ревитализации промышленных территорий, которые превращаются в популярные места отдыха

⁵⁷Мак Кристиан, О. Китайская модель: туризм в промышленных масштабах / О. Мак Кристиан // CongressTime. № 4(17). 2021. — С. 38.

и развлечений для местных жителей и туристов. Бывшие заводские кварталы становятся креативными пространствами, ландшафтными парками, музеями. Индустриально-культурная туристическая зона «Шоуган» (основана в 2013 г. в районе Шицзиншань, г. Пекин), расположенная на территории бывшего сталелитейного завода «Шоуган», стала первым в Китае тематическим парком, связанным с промышленной культурой. Знаковым объектом на его территории является лыжный трамплин «Биг-эйр Шоуган» для проведения соревнований зимних Олимпийских игр 2022 г. Индустриальный парк «Шоуган» ежегодно посещает более 200 тыс. человек. В парке проводятся международные выставки и ярмарки, иные деловые мероприятия.

Также популярностью пользуется геопарк «Кектокай» в Синьцзяне, где создан геологический павильон с богатой коллекцией железных руд и минералов, а также с помощью художественных средств воссозданы рабочие будни шахт прошлого. В середине XX в. Кектокай был зоной добычи полезных ископаемых, которая постепенно пришла в упадок, была закрыта и спустя некоторое время возродилась в виде туристической зоны высшей национальной категории⁵⁸.

Схожим путем развиваются и иные объекты промышленного наследия: заброшенные фабрики, ветхие мануфактуры и старые сооружения в некоторых городах Китая и возле них постепенно трансформируются в туристические объекты с акцентом на «зеленое» развитие. В то же время на сегодняшний день 57 % объектов промышленного наследия Китая не консервируется и не используется повторно; 14 % объектов используются повторно, 26 % объектов консервируются, только 3 % индустриального наследия одновременно сохраняется и повторно используется правительством. Это может быть связано с исключительными полномочиями правительства в процессе принятия решений по сохранению и использованию наследия, отсутствием участия общественности и опорой на процесс управления сверху вниз. Повторное использование промышленного наследия реализуется в парках культуры и искусства (41 %), парках на территории шахт (31 %), музеях и выставочных залах (13 %), иных объектах, среди которых офисы и торговые центры (7 %), жилые районы (5 %), городские парки (3 %)⁵⁹.

⁵⁸Возрождение индустриального наследия через промышленный туризм // Журнал «Китай» [Электронный ресурс]. — URL: http://kitaichina.com/r/xing/202306/t20230609_800333927.html (дата обращения: 22.09.2024).

⁵⁹Zhang J., Zhuo L., Sun H., Wang Y., Wei H., Xu S., Aoki N. Construction of the Chinese Route of Industrial Heritage Based on Spatial and Temporal Distribution Analysis // Buildings 2024. — 14, 1065. [Electronic resource]. — Mode of access: <https://doi.org/10.3390/buildings14041065>. — Date of access: 04.09.2024. Fig. 10.

Осуществляется и разработка тематических маршрутов по промышленному наследию. В 2021 г. с целью сохранения промышленной и культурной памяти в Гуанчжоу спланирован 11-километровый туристический маршрут «Промышленное наследие», который включает в себя 15 индустриальных объектов, таких как креативный парк «Янчэн». Расположенный возле телебашни Гуанчжоу парк культуры и творчества «Пати» ранее был местом нахождения пивоварни Pearl River Brewery. Сейчас посетители могут понаблюдать за процессом пивного производства на специально отведенной линии и продегустировать свежий напиток в музее пива. В пешей доступности от реки находится пристань пивоварни, превращенная в зону фудкортов, отдыха и развлечений⁶⁰.

В 2024 г. создана база данных китайского промышленного наследия (Chinese Industrial Heritage GIS Database, CIHGD). В ней учитываются промышленные объекты, созданные между 1840 и 1978 гг. Промышленное наследие распределено по шести хронологическим периодам:

- 1) «Движение за вестернизацию» (1861–1894 гг.), 97 объектов;
- 2) «Новый курс династии Цин» (1901–1911 гг.) 167 объектов;
- 3) «Развитие национальной промышленности» (1914–1936 гг.), 376 объектов;
- 4) «Антаяпонская война» (1937–1945 гг.), 134 объекта;
- 5) «Советская помощь» (1953–1960 гг.), 399 объектов;
- 6) «Третья линия строительства» (1964–1978 гг.), 219 объектов.

Промышленное наследие Китая в основном сосредоточено в восточных и южных прибрежных районах и может быть распределено следующим образом:

а) Три ключевых региона промышленного наследия:

Северо-Восточный регион (Хэйлунцзян, Цилинь, Ляонин), 249 объектов; крупные города: Харбин (38 объектов), Далянь (26 объектов), Шэньян (19 объектов) и т. д.

Регион Пекин–Тяньцзинь–Хэбэй; 226 объектов; крупные города: Тяньцзинь (109 объектов), Пекин (62 объекта), Шицзячжуан (18 объектов) и т. д.

Регион дельты реки Янцзы (Шанхай, Цзянсу, Чжэцзян), 272 объектов; крупные города: Шанхай (134 объекта), Ханчжоу (71 объект), Нанкин (60 объектов), Уси (31 объект), Сучжоу (24 объект) и т. д.;

⁶⁰Возрождение индустриального наследия через промышленный туризм // Журнал «Китай» [Электронный ресурс]. — URL: http://kitaichina.com/rlvxing/202306/t20230609_800333927.html (дата обращения: 22.09.2024).

б) 15 ключевых городов промышленного наследия: Гуанчжоу (116 объектов), Цзинань (70 объектов), Лючжоу (65 объектов), Ухань (41 объект), Чунцин (36 объектов), Ланьчжоу (29 объектов), Циндао (29 объектов), Сиань (27 объектов), Цюаньчжоу (27 объектов), Тайюань (23 объекта), Чанша (15 объектов), Фучжоу (14 объектов), Куньмин (14 объект), Чэнду (13 объектов) и Лоян (12 объектов);

в) ключевые пути сообщения:

национальные железные дороги: Ближневосточная железная дорога, железная дорога Цзингуан, железная дорога Цзяоцзи, железная дорога Цзиньпу, железная дорога Цзинфэн, железная дорога Лунхай, железная дорога ЦзяоЛю, Юго-западная третья линия железной дороги;

региональные железные дороги: железная дорога Шэньцзи, железная дорога Шэньдань, железная дорога Пекин-Бао, железная дорога Шидэ, железная дорога Шитай, железная дорога Хунин, железная дорога Хухан, железная дорога Нинву;

важнейшие реки: р. Хайхэ, канал Пекин-Ханчжоу, р. Хуанхэ, р. Янцзы.

На основе базы данных создан «Китайский маршрут промышленного наследия» (Chinese Route of Industrial Heritage, CRIH), который на данный момент является моделью развития, а не реальным туристическим продуктом. Система состоит из точек, территорий и путей, которые представляют собой важные элементы промышленного наследия. Применяется исторический, тематический подход и отраслевой. CRIH способствует целостному сохранению промышленного наследия страны, гармонизации и преодолению разрозненности между различными регионами и созданию механизма взаимного обучения в целях сохранения наследия. CRIH выступает как инструмент создания общенациональной системы охраны промышленного наследия в Китае, а также туристического планирования, который помогает преодолеть ограничения территориально-административного деления, способствует созданию отдельных разноплановых туристических маршрутов промышленного туризма в Китае⁶¹.

Промышленный туризм Китая развивается в нескольких направлениях:

посещение современных технологичных предприятий;

экскурсии на выведенных из эксплуатации объектах культурного промышленного наследия;

⁶¹Zhang, J., Zhuo, L., Sun H., Wang, Y., Wei, H., Xu, S., Aoki, N. Construction of the Chinese Route of Industrial Heritage Based on Spatial and Temporal Distribution Analysis // Buildings 2024. — 14, 1065. [Electronic resource]. — Mode of access: <https://doi.org/10.3390/buildings14041065>. — Date of access: 04.09.2024.

комбинирование первых двух видов промышленного туризма с традиционными, образовательными турпродуктами и программой патриотического воспитания.

Основная масса внутренних промышленных туристов в Китае — это студенты и школьники, для которых главная цель поездок заключается в расширении кругозора, изучении профессий, а в дальнейшем приобретение необходимых компетенций. Государство же повышает таким образом патриотизм и воспитывает у молодых людей любовь к родине. При этом посетителями промышленных предприятий, как правило, становятся жители провинции, в которой они располагаются⁶².

Общее количество объектов показа промышленного туризма в Китае к 2020 г. превысило 270 предприятий, выпускающих как традиционные изделия, так и современные высокотехнологичные продукты. По расчетам китайских экспертов, к 2030 г. общее количество людей, выбравших промышленный туризм, достигнет 2 млрд человек, а общий объем вырученных от него средств составит 6 трлн юаней или 30 % от прогнозируемой суммы поступлений в туристическую отрасль Китая⁶³.

1.4.3 Промышленный туризм в США

США можно назвать родиной промышленного туризма. Производитель виски Jack Daniel's в 1866 г. с момента открытия завода в Линчберге и до сегодняшнего дня принимает посетителей, которых знакомят с процессом производства напитка. Экскурсии проводятся ежедневно, кроме основных национальных праздников, и включают в себя посещение исторической винокурни и дегустацию шести сортов виски. Также доступны отдельные дегустации и тематические туры⁶⁴.

На северо-востоке США (Бостон, Нью-Йорк, Чикаго, Дейтройт и др.) сконцентрированы многие действующие и исторические промышленные объекты, что связано с особенностями процессов колонизации страны и индустриализации. Эта территория известна как «Индустриальный» или «Фабричный пояс», так как здесь были сосредоточены сталелитейные производства и предприятия тяжелой промышленности. Начиная с 1960-х регион посте-

⁶²Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации. Версия 2.0. — 2022 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110/> (дата обращения: 08.09.2024). — С. 20.

⁶³Мак Кристиан, О. Китайская модель: туризм в промышленных масштабах О. Мак Кристиан // CongressTime. №4(17). — 2021. — С. 39.

⁶⁴Jack Daniel's [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.jackdaniels.com/>. — Date of access: 09.09.2024.

ленно погружается в кризис, связанный с упадком отрасли. Предприятия сокращаются, перемещаются на юг, запад и за границу, что привело к безработице и упадку городов, в результате чего регион получил название «Ржавый пояс». Однако он все еще является одним из важнейших промышленных регионов США. Приведем несколько примеров исторических объектов и действующих предприятий данного региона, посещаемых туристами.

Металлургический завод Согуса (Saugus Iron Works) недалеко от Бостона сегодня является историческим объектом национального значения, поскольку является местом зарождения черной металлургии и сталелитейной промышленности в США. Металлургический завод работал с 1646 г. по 1670 г., используя самые передовые технологии, доступные в британской колониальной Америке. Сегодня на территории находятся реконструированные промышленные здания, работающие водяные колесные механизмы, кузница, дом XVII века, сад с травами, экотропа, музей, место для пикника. Экскурсии проводятся бесплатно⁶⁵.

Автомобильный завод Пакард (Packard Automotive Plant) в Детройте является известным объектом промышленного туризма в США и вместе с тем крупнейшим в мире заброшенным заводом. На заводе с 1903 г. по 1956 г. выпускали престижные легковые автомобили марки Packard. Сегодня территории завода находится в процессе ревитализации и реновации, однако проводятся экскурсии по бывшим производственным площадям.

В бывшем электроремонтном цехе сталелитейного завода Bethlehem Steel (Бетлехем, штат Пенсильвания), когда-то занимавшего второе место в металлургической отрасли США, сегодня находится Национальный музей промышленной истории (National Museum of Industrial History), который представляет интерпретацию настоящего и будущего промышленности с помощью динамичных экспозиций, интерактивных занятий и увлекательных программ для детей и взрослых. Экскурсии проходят как в музее, так и по территории завода Bethlehem Steel. Причем экскурсии по территории завода проводят каждый четверг, субботу и воскресенье с апреля по декабрь бывшие сталевары или экскурсоводы, которых обучили работники завода. Также для посетителей проводятся практические занятия по знакомству с профессией «машинист поезда», которые музейные сотрудники проводят на восстановленном узкоколейном локомотиве, который в 1941 г. использовался в электропечном цехе для перевозки составов с металлоломом⁶⁶.

⁶⁵Saugus Iron Works [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.nps.gov/sair/index.htm>. — Date of access: 09.09.2024.

⁶⁶National Museum of Industrial History [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.nmih.org/>. — Date of access: 10.09.2024.

Среди действующих предприятий «Ржавого пояса» стоит отметить Harley-Davidson Motor Company, знаменитого производителя мотоциклов. Экскурсии проводятся на двух производственных площадках (Меномони-Фолс, штат Висконсин и Йорк, штат Пенсильвания). В Милуоки (Висконсин) расположен музейный комплекс компании, по которому также проводятся экскурсии, и на его территории проходят различные мероприятия (концерты, фестивали, мотоэзды и др.). В комплекс входят ресторан и бар, магазин брендовой одежды и аксессуаров⁶⁷.

Среди всемирно известных компаний США, развивающих промышленный туризм, нельзя не упомянуть Boeing. На заводе «Боинг Эверетт» (Boeing Everett, Эверетт, штат Вашингтон) экскурсии проводятся с четверга по понедельник, в рамках которых показывают производство самолетов и знакомят с историей завода в Эверетт. Также возможно посещение галереи, где демонстрируют продукты и услуги компании и фирменного магазина. Также для самостоятельного (только по будням в июне, июле и августе) и организованного группового посещения (в течение года) открыт музейно-выставочный центр «James S. McDonnell Prologue Room Air and Space History Exhibit in St. Louis», который знакомит гостей с историей авиации и космонавтики. Он находится в штаб-квартире Boeing-St. Louis рядом с международным аэропортом Ламберт-Сент-Луис. Артефакты и модели представляют историю Boeing и ее исторических компаний: McDonnell, Douglas, North American Aviation, Hughes, Jeppesen, Piasecki and Stearman. Среди основных экспонатов — полномасштабные макеты капсул космических кораблей «Mercury» и «Gemini», которые доставили первых американских астронавтов в космос. На выставке представлены модели Space Shuttle, Skylab и Международной космической станции, а также крупномасштабные модели самолетов различных типов⁶⁸.

1.4.4 Развитие промышленного туризма в Российской Федерации

Промышленный туризм в Российской Федерации до 2019 г. развивался в схожем направлении с Республикой Беларусь. Среди значимых событий предшествующего периода следует отметить создание Нижнетагильского музея-заповедника «Горнозаводской Урал», который является единственным в России музеем-заповедником промышленного наследия. В него вхо-

⁶⁷Harley-Davidson Motor Company [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.harley-davidson.com/us/en/index.html>. — Date of access: 10.09.2024.

⁶⁸Boeing [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.boeing.com/company/tours>. — Date of access: 08.09.2024.

дит Нижнетагильский металлургический завод, музей на основе которого образован в январе 1989 г. после закрытия производства. В 1992 г. после присоединения территории завода был сформирован музей комплекс под открытым небом.

В 2016 г. впервые введен национальный стандарт Российской Федерации «Туристские услуги. Промышленный туризм. Предоставление услуг» (ГОСТР ИСО 13810–2016).

В г. Екатеринбург 6 октября 2017 г. учрежден Федеральный совет по промышленному туризму, задачей которого стало продвижение промышленных регионов как туристических мест, увеличение открытости предприятий, узнаваемости производимой ими продукции и продвижение их бренда, решение проблем туристической инфраструктуры, а также содействие организации туристических экскурсий на действующих предприятиях.

С 2020 г. реализуется проект по сохранению, музеефикации и продвижению промышленного наследия — Всероссийский фестиваль «Ночь Заводов». Впервые мероприятие проводилось в формате онлайн-акции. В августе 2023 г. при поддержке Президентского фонда культурных инициатив акция выросла до масштаба полноценного фестиваля, совмещающего форматы онлайн и офлайн на промышленных площадках. Территориально изначально проходил на Урале, однако в 2023 г. охватил 16 регионов России. Фестиваль запустил на территориях промзон публичные культурные события и включил действующие и бывшие производства в активную городскую жизнь.

В 2019 г. в Москве запущен проект «Открой#Моспром», с которым сотрудничает более 130 фабрик и заводов пищевой, авиационной, фармацевтической и других отраслей. Количество участников ежегодно растет⁶⁹.

В 2019 г. развитие промышленного туризма в России выходит на новый уровень. Агентство стратегических инициатив (АСИ) взяло на себя миссию возрождения и поддержало инициативу возобновления комплексного подхода к развитию промышленного туризма в России. Первым этапом инициативы развития промышленного туризма стало создание Методологии по организации промышленного туризма в регионах России, где сформированы пошаговые инструкции по их внедрению. Итогами инициативы АСИ по промышленному туризму стали 20 пилотных регионов — участников проекта и более 100 запущенных на предприятиях экскурсий. В проект вошли

⁶⁹Горелова, Е. Заглянуть в домну: промышленный туризм в России идет к рекорду / Е. Горелова // Forbes [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.forbes.ru/biznes/520725-zaglanut-v-domnu-promyslennyj-turizm-v-rossii-idet-k-rekordu> (дата обращения: 25.09.2024).

такие крупные предприятия, как Космодром «Восточный», Кемерово «Азот», ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат», алмазодобывающая компания АЛРОСА, ПАО «Челябинский трубопрокатный завод» и др.

Следующим шагом стал запуск в августе 2021 г. Акселератора по развитию промышленного туризма в регионах по инициативе АСИ совместно с Министерством промышленности и торговли Российской Федерации. Это обучающий интенсив для региональных команд, предприятий и турбизнеса, включающий три модуля образовательной программы, менторство команд и экспертизу сформированных стратегий и продуктов по промышленному туризму. Основные итоги: в 30 регионах разработаны и закреплены на уровне регионального законодательства стратегии развития промышленного туризма; на 250 предприятиях разработаны экскурсионные и профориентационные программы; 32 региональных и межрегиональных промтуристических маршрута сформировано командами-участниками⁷⁰.

В сентябре 2024 г. стартовала новая программа — «Открытая промышленность». Это всероссийская образовательная программа по развитию промышленного туризма, направленная на продвижение кадрового и технологического потенциала российских производителей. Обучение состоит из 6 модулей: промтуризм как коммуникационный проект для региона, муниципалитета, предприятия, цели, задачи, стратегия промышленного туризма, организация промышленного туризма на предприятии и территории; создание продукта по промышленному туризму; система продвижения продукта по промышленному туризму — способ, инструменты, каналы, ключевые сообщения, метрики эффективности; креативные и инновационные подходы и форматы организации промышленного туризма; формирование продукта по промышленному туризму для внешних рынков; дополнительный модуль — Центры компетенций по промышленному туризму.

В целом за два года результатами программы по развитию промышленного туризма стали следующие:

- 73 субъекта России участвуют в реализации программы;
- 500 предприятий реализуют промышленные экскурсии;
- создано 5 центров компетенций по развитию промышленного туризма в российских регионах;
- 1,4 млн туристов посетили российские предприятия;
- 500 тыс. школьников побывали на промышленных экскурсиях с познавательными и профориентационными целями;

⁷⁰Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации. Версия 2.0 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110/> (дата обращения: 08.09.2024). — С. 33.

10 тыс. студентов рассматривают промышленные предприятия как будущих работодателей по итогам профориентационных экскурсий.

В рамках проекта созданы цифровая версия образовательной программы; мобильное приложение по промышленному туризму; система оценки развития промышленного туризма; новая профессия «Специалист по развитию промышленного туризма» на основе профессионального стандарта⁷¹.

Необходимо также отметить осуществление в 2024 г. АСИ и Белорусским институтом стратегических исследований (БИСИ) совместного проекта «Промышленный и патриотический туризм».

* * *

В качестве обобщения и выводов отметим следующее. Промышленный туризм в Республике Беларусь хоть и является сравнительно молодым явлением, тем не менее его развитие проходит в русле мировых тенденций с учетом национальной традиции интерпретации понятия «промышленный туризм» на основе собственного научно-методического и организационного опыта. Если сравнивать развитие промышленного туризма в Беларуси и в иных государствах, то следует отметить его ориентированность на организованные группы. Экскурсии на действующие предприятия являются отличительной чертой белорусского промышленного туризма. Посещение специально созданных музейно-выставочных комплексов предприятий и объектов промышленного наследия не является характерным, хотя также получило некоторое распространение на современном этапе развития. Перспективной является адаптация существующего промышленного турпродукта под возможности приема индивидуальных туристов (сборные экскурсии, индивидуальные экскурсии, прохождение маршрута или посещение объектов промышленного туризма с аудиогидом и др.), что характерно для стран Европейского союза, Великобритании и США. Приведенные в настоящем разделе зарубежные практики промышленного туризма являются примерами, позволяющими предприятиям и туристическим организациям определить собственный формат развития промышленного туризма, проведения и продвижения экскурсий, а также разработать новый или видоизменить существующий продукт под специфику того или иного зарубежного рынка. Опыт создания интерактивных карт маршрутов промышленного туризма для продвижения на внутреннем и внешнем рынках также может быть применим в Республике Беларусь.

⁷¹Все — на завод! Познавательные экскурсии на российские предприятия: Путеводитель по промышленному туризму [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/199902/> (дата обращения: 25.09.2024). — С. 8–9.

ГЛАВА 2

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

2.1 Промышленный туризм в Республике Беларусь: актуальное положение

2.1.1 Статистика промышленного туризма

В феврале 2024 г. на заседании рабочей группы по промышленному туризму Министерства промышленности Республики Беларусь были озвучены итоги работы за предыдущий календарный год. В 2023 г. услуги промышленного и профориентационного туризма оказывали 12 холдингов и самостоятельных организаций системы Министерства промышленности. На всех предприятиях системы Минпрома наблюдается увеличение потребителей туристических услуг, а где-то даже кратный прирост. Предприятия отрасли посетили 93,5 тыс. туристов, что на 20 тыс. человек больше в сравнении с 2022 г. С учетом предприятий Минстройархитектуры, концернов «Белгоспищепром» и «Беллегпром» объем промышленного туризма в 2023 г. близок к отметке 190 тыс. посетителей. Число предприятий, которые занимаются промышленным и профориентационным туризмом, выросло в 2 раза⁷².

В системе предприятий Министерства промышленности лидерами по количеству принятых промышленных туристов являются холдинги:

БЕЛАЗ — 51,5 тыс. посетителей (рост на 58 % в сравнении с 2022 г.);

МТЗ — 19,2 тыс. посетителей (рост на 15 % в сравнении с 2022 г.);

МАЗ — 6,8 тыс. посетителей (рост на 29 % в сравнении с 2022 г.)⁷³.

⁷²Услуги промышленного туризма оказывают 12 холдинговых структур минпрома. Кто в топе по популярности? // 1prof.by [Электронный ресурс]. — URL: <https://1prof.by/news/stil-zhizni/uslugi-promyshlennogo-turizma-okazyvayut-12-holdingovyh-struktur-minproma-kto-v-tope-po-populyarnosti/> (дата обращения: 11.09.2024).

⁷³Там же.

В целом по стране в тройку лидеров промышленного туризма входит стеклозавод «Неман» (в структуре Минстройархитектуры), который в 2023 г. принял 33,7 тыс. посетителей⁷⁴.

Отдельно Министерство промышленности отметило лидеров профориентационного туризма по количеству посетивших учащихся:

МТЗ — 13,2 тыс. посетителей (рост на 17,6 % в сравнении с 2022 г.);

МАЗ — 4,8 тыс. посетителей (рост на 4 % в сравнении с 2022 г.);

БАТЭ — 2,6 тыс. посетителей (рост в 2,7 раза в сравнении с 2022 г.);

БМЗ — 1,3 тыс. посетителей (рост в 2,4 раза в сравнении с 2022 г.)⁷⁵.

Здесь важно отметить, что в Министерстве промышленности разделяют промышленный туризм как вид коммерческой деятельности и как профориентационная (социальная в широком смысле) деятельность. Нередко в СМИ, а также в информационных материалах органов государственного управления и различных учреждений эти направления объединены.

Необходимо упомянуть о проблеме учета посетителей, о которой нам рассказали на нескольких предприятиях. Есть разные подходы. Где-то промышленными туристами считаются только те, кто посетил непосредственно производственные цеха, а посетители музея в это число не включаются и считаются и указываются в отчетах отдельно. Другие предприятия считают вместе и посетителей производства, и музея. Соответственно, из-за такой разницы подходов количество промышленных туристов, посетивших белорусские предприятия, в целом может быть несколько занижено. Отметим, что в мировой практике посещение музейно-выставочных центров даже без знакомства с производством является промышленным туризмом. Принятые в Беларуси классификационные признаки данного вида туризма также позволяют учитывать в качестве промышленных туристов посетителей музеев предприятий. Таким образом, актуальной является выработка единого подхода для учета количества промышленных туристов.

В официальных материалах и СМИ указывается, что в настоящий момент в Беларуси промышленный туризм развивают более 120⁷⁶ (или 130) предприятий и организаций. В «Перечень предприятий и организаций, реализующих услуги по промышленному туризму на 1 ноября 2023 г.»⁷⁷, опубликованном

⁷⁴Там же.

⁷⁵Там же.

⁷⁶Источником данной цифры является Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года. С. 39.

⁷⁷Перечень предприятий и организаций, реализующих услуги по промышленному туризму на 1 ноября 2023 г. // Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/vazhnye-dokumenty.pdf> (дата обращения: 23.06.2024).

на сайте Национального агентства по туризму (по состоянию на 01.03.2025 данные не обновлялись), входят 245⁷⁸ организаций, многие из которых принимают экскурсантов исключительно в рамках профориентационной работы. Кроме того, включение в данный список ряда организаций и учреждений (например, отделений банков, погранзастав, районных отделов внутренних дел и т. п.) является, по нашему мнению, безосновательным, так как они не соответствуют определению и классификационным признакам промышленного туризма согласно Единой классификации видов туризма. Если из данного перечня вычесть повторяющиеся и, по нашему мнению, не соответствующие критериям организации, то остается 179 предприятий, которые так или иначе вовлечены в промышленный туризм (социальный и коммерческий). Также отметим, что в указанный перечень включены далеко не все предприятия, развивающие промышленный туризм⁷⁹ хотя бы в рамках профориентации, а также присутствуют предприятия, которые на момент проведения исследования не принимали экскурсантов⁸⁰ (срок возобновления не определен). Поэтому указанное выше число является приблизительным.

Как уже было отмечено во Введении, в настоящем исследовании рассматриваются, прежде всего, промышленные предприятия, которые проводят производственные экскурсии на коммерческой основе или сотрудничают с субъектами туристической деятельности. Проведенное нами исследование показывает, что порядка 70 предприятий принимают экскурсантов, работают с субъектами туристической деятельности и развивают (или планируют развивать в ближайшей перспективе) промышленный туризм на коммерческой основе (см. Приложение 1). К слову, согласно официальным статистическим данным в Республике Беларусь в 2023 г. во всех регионах страны действовало 16 285 промышленных предприятий⁸¹, на которых трудились 893 тыс. работников⁸².

⁷⁸С учетом выявленных дублирующих позиций в перечень входят 233 предприятия и организации. Дублируются строки №№ 148–164 (Свислочский район), также в примечании к № 87 указано, что предприятие КСУП «Дотишки» экскурсии не проводит, но в списке при этом присутствует.

⁷⁹Например, в списке отсутствует ОАО «Молочный Мир» (г. Гродно), ООО «Ювелирный завод «Зорка» (Минский р-н), ОАО «Мозырьсоль» (г. Мозырь), ООО «ГрандМилк» (Молодечненский р-н) и др.

⁸⁰Например, ОАО «Минский экспериментально-фурнитурный завод», ОАО «Криница» (г. Минск) и др.

⁸¹В Брестской обл. насчитывается 1854 предприятий, в Витебской обл. — 1384, в Гомельской обл. — 1530, в Гродненской обл. — 1334, в Минской обл. — 3981, в г. Минске — 4640 предприятий, в Могилевской обл. — 1562.

⁸²Промышленность Республики Беларусь. Статистический буклет. — Минск, 2024. — С. 8.

Результаты онлайн-опроса, проведенного в марте 2024 г. БИСИ, показывают следующие мнения на тему, чему способствует развитие промышленного туризма в Беларуси:

- формированию бренда и лояльности к выпускаемой продукции (67,8 %);
- привлечению в отрасль мотивированной молодежи (53,6 %);
- формированию патриотического сознания граждан (46,4 %);
- увеличению продаж (42,8 %);
- повышению инвестиционной привлекательности отрасли (35,7 %);
- развитию внутрикорпоративной культуры предприятия (28,5 %)⁸³.

Во втором квартале 2024 г. Институт социологии НАН Беларуси провел телефонный опрос с целью изучения туристических предпочтений жителей Республики Беларусь. Социологический опрос показал⁸⁴, что только треть участников опроса (30,7 %) имеет представление о существовании такого явления, как промышленный туризм, при этом 67,7 % данного представления не имеют. Более половины опрошенных (58,3 %) высказали заинтересованность в реализации такого вида досуга, как промышленный туризм, тогда как более трети (37,5 %) не планируют вовлекаться в данную активность. Посещение производственных объектов чаще привлекает респондентов, имеющих общее среднее (62,1 %) или высшее образование (68,4 %), чем среднее специальное (43,9 %), а также молодежи населения пенсионного возраста, чем граждан страны средних лет (63,6 % и 61,7 % к 54,0 % соответственно).

Согласно полученным результатам практически каждый пятый участник опроса (17,2 %) хотя бы один раз посещал отечественное предприятие в рамках экскурсии (среди молодежи — 29,0 %). Тогда как каждый четвертый (24,3 %) осуществил промышленную туристическую поездку более одного раза. При этом не вовлекались в подобную активность более половины опрошенных (58,5 %), причем сельчане посещали предприятия страны еще реже — 69,5 %.

Результаты данного опроса свидетельствуют о необходимости и перспективности популяризации и продвижения промышленного туризма среди

⁸³Промышленный туризм в Беларуси как бренд и стратегия // Пульс общества. Белорусский институт стратегических исследований (БИСИ) [Электронный ресурс]. — URL: <https://socio.bisr.by/promyshlennyj-turizm-v-belarusi-kak-brend-i-strategija/> (дата обращения: 02.08.2024).

⁸⁴Перспективы белорусского промышленного туризма: социологическое прогнозирование // Институт социологии Национальной академии наук Беларуси [Электронный ресурс]. — URL: <https://socio.bas-net.by/perspektivy-belorusskogo-promyshlennogo-turizma-sotsiologicheskoe-prognozirovanie/> (дата обращения: 21.09.2024).

жителей Республики Беларусь. Как можно заметить, данный вид туризма имеет большую потенциальную аудиторию.

Опрос, проведенный Институтом социологии НАН Беларуси, также показал интересы и предпочтения туристов. Самым востребованным выступает получение реального представления о специфике производства того или иного продукта (72,8 %). Практически каждый второй участник опроса при осуществлении промышленного туризма стремится узнать историю возникновения и развития предприятия (47,1 %), продегустировать/протестировать продукцию (45,1 %) и увидеть сотрудников в процессе ее производства (43,5 %). Более трети опрошенных намереваются принять непосредственное участие в изготовлении продукции (38,4 %), а также приобрести сувениры (34,3 %).

По мнению опрошенных, развитый промышленный туризм укрепляет популярность ключевых брендов предприятий, которые реализуют такой вид досуга (45,1 %). Каждый третий отмечает, что для предприятий, проводящих экскурсии, они выступают дополнительной возможностью привлечения денежных средств (35,6 %), а также мотивируют к труду в данной отрасли новых специалистов (34,1 %) и способствуют росту продаж продукции предприятия в целом (32,1 %). Трое из десяти опрошенных отметили, что посещение отечественных предприятий в роли туристических объектов укрепляет чувство патриотизма населения страны (29,3 %)⁸⁵.

2.1.2 Промышленный туризм и развитие территорий

Промышленное предприятие (или несколько предприятий), развивающие туризм на одной территории, является точкой притяжения внутренних и иностранных туристов, важным фактором повышения туристической привлекательности населенного пункта или района, а также фактором развития местной инфраструктуры. Это особенно актуально для территорий, которые располагают малым количеством объектов историко-культурного наследия, прежде всего, памятников архитектуры. Как следствие, такие районы обходят стороной основные турпотоки, обычно они не включены в маршруты, и в лучшем случае являются транзитным коридором. Именно промышленное предприятие, открытое для туристов, может стать драйвером местного туризма и развития сопутствующих услуг. Ярким примером является БЕЛАЗ,

⁸⁵Перспективы белорусского промышленного туризма: социологическое прогнозирование // Институт социологии Национальной академии наук Беларуси [Электронный ресурс]. — URL: <https://socio.bas-net.by/perspektivy-belorusskogo-promyshlennogo-turizma-sotsiologicheskoe-prognozirovanie/> (дата обращения: 21.09.2024).

благодаря которому молодой город Жодино, не располагающий древними историческими памятниками, известен по всей стране и за ее пределами, а также ежедневно привлекает сотни туристов.

Можно вспомнить ряд проектов по поиску и созданию локальных территориальных брендов, которые интересны своим креативным подходом, однако их результаты оказываются малоприменимыми на практике и не приживаются. В то же время неформальное позиционирование, связанное с характерной для местности видом деятельности или предприятием, например, «Огуречная столица», «Пивная столица», «Зефирная столица» и т. п., прочно входит в обиход и узнаваемо среди населения. Именно промышленные бренды естественным путем становятся туристическим брендом территории, и его создание не требует дополнительных средств. Обратим внимание также на не менее интересный обратный процесс интеграции локального символа в промышленные бренды. Фактически происходит их слияние; образ местности связывается с образом предприятия, и их невозможно представить друг без друга, что находит свое воплощение в визуальном оформлении и сувенирной продукции. Приведем несколько примеров. На гербе г. Сморгонь изображен медведь, а историческим гастрономическим символом города являются баранки. Предприятие «Сморгонские молочные продукты» на своем логотипе имеет изображение медведя с баранками. Возле Сморгонского комбината хлебопродуктов установлена деревянная скульптура медведя с хлебным снопом в лапах. Возле Сморгонского агрегатного завода (в составе холдинга МТЗ) установлена деревянная скульптура медведя, который держит символическую фигуру с образцами тракторной техники. Неофициальным, но всем известным символом г. Бобруйск является бобр, что также нашло свое отражение в логотипе предприятий «Бобруйскагромаш» и ОАО «Беларусьрезинотехника». Зубр, один из символов Беларуси, можно увидеть на исторических или современных логотипах предприятий: Белшина, МАЗ, Белалко, МЗКТ (Волат).

Преимуществом развития промышленного туризма перед другими видами является то, что объектами посещения становятся уже существующие предприятия, а значит, не всегда требуется создание дополнительной инфраструктуры; также продвижение объектов промышленного туризма становится частью продвижения региональных ресурсов, и легко вписывается в любые промоактивности региона. Таким образом, развитие промышленного туризма не требует больших бюджетных вложений, но при этом выступает катализатором создания новых рабочих мест, формирования валового внутреннего продукта, оказывает огромное влияние

на возрождение и сохранение народной художественной культуры. Промышленные экскурсии помогают по-новому позиционировать предприятие, и, формируя имидж открытой компании, выходить на новые рынки и через экскурсии⁸⁶.

Преимущества развития промышленного туризма для региона:

- продвижение как на государственном, так и на международном уровне;
- положительный имидж и инвестиционная привлекательность;
- продвижение и формирование региональных брендов;
- демонстрация успешных предприятий;
- развитие экспортного потенциала предприятий региона;
- развитие малого и среднего бизнеса;
- бюджетные поступления от продажи товаров и услуг;
- профориентация для школьников и студентов;
- развитие делового и международного туризма через обмен опытом;
- привлечение профессиональных кадров;
- развитие туристской отрасли;
- формирование условий для создания нового вида несырьевого экспорта⁸⁷.

Органы местной исполнительной власти также являются заинтересованной стороной и должны не только в рамках своих возможностей и полномочий поддерживать предприятия, развивающие промышленный туризм, но и выступать инициатором запуска коммерческого туризма на тех предприятиях, которые до этого не занимались данной деятельностью, но имеющие для этого необходимые условия. Необходимо системное взаимодействие, а не дезинтеграция действий. В качестве примера приведем ситуацию, с которой мы столкнулись несколько раз в ходе исследования. Органы местной исполнительной власти включают сведения об экскурсиях в рекламно-информационные материалы без согласования с самим предприятием. В результате потенциальный турист либо не может дозвониться по указанным номерам, либо сталкивается с отказом и недоумением со стороны работников предприятия, которые не проводят экскурсии вообще, либо проводят только профориентационные, однако это не входит в компетенцию сотрудника или отдела, чей контакт указан. Предприятие, в свою очередь, недовольно таким положением дел и поступающими обра-

⁸⁶Гененко, О.Н. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона / О.Н. Гененко, Н.В. Посохова, Ю.В. Бовкунова, Е.С. Кущенко // Инновации и инвестиции. — 2020. — № 10. — С. 209.

⁸⁷Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации. Версия 2.0.-2022 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110/> (дата обращения: 08.09.2024). — С. 9.

щениями по поводу проведения экскурсии, что формирует негативное отношение к промышленному туризму. Подобных ситуаций следует избегать в будущем.

Помимо органов местной исполнительной власти стороной сотрудничества выступает туроператор.

2.1.3 Взаимодействие промышленных предприятий с субъектами туристической деятельности

Прежде всего необходимо обозначить мотивацию предприятий и туроператоров для развития промышленного туризма, что поможет найти общие интересы и установить сотрудничество.

Для туристических компаний промышленный туризм интересен как:

- 1) средство диверсификации туристического продукта и охвата новых рынков, выхода на целевую аудиторию (учащиеся, бизнес-туристы и др.);
- 2) источник нового туристического продукта для расширения ассортимента предложения;
- 3) инструмент привлечения турпотока в регион, что особенно важно для локальных и региональных туроператоров;
- 4) инструмент продвижения собственных иных продуктов и услуг (промышленный турист как будущий покупатель иных туров и экскурсий).

Рассмотрим цели и мотивы предприятий, которые развивают промышленный туризм. По итогам проведенного опроса сотрудников, ответственных за организацию и проведение производственных экскурсий, можно сформулировать основные цели и задачи со стороны предприятий. Отметим, что указанные ниже положения озвучивались представителями всех предприятий, деятельность которых рассматривается в рамках настоящего исследования.

1. Реклама выпускаемой продукции, ее продвижение на рынке. Большинство на первом месте указывали данный пункт, особенно это характерно для предприятий пищевой промышленности, а также выпускающих другие товары народного потребления.

2. Профориентация школьников и студентов, знакомство со специалистами и условиями труда, популяризация рабочих профессий. Привлечение работников на предприятие. Данный пункт назвали все без исключения.

3. Формирование лояльности потребителей, улучшение имиджа на внутреннем и внешнем рынках, повышение доверия к предприятию и выпускаемой продукции.

4. Знакомство с историей отрасли и предприятия, а также с производственным процессом (в познавательных целях).

В продолжение выделим еще некоторые цели и мотивы развития промышленного туризма, которые озвучивались представителями отдельных предприятий, но при этом являются актуальными и для других.

5. Повышение конкурентоспособности, позиционирование посредством экскурсий лидерского статуса предприятия в ряду иных по отрасли.

6. Проведение маркетинговых исследований через экскурсии, получение обратной связи от потребителей.

7. Мотивация сотрудников. Открытость предприятия для туристов как стимул для поддержания высокого уровня трудовой культуры и ответственного отношения к своему делу.

8. Продвижение региона, в котором располагается предприятия, воспитание чувства любви и гордости к малой родине.

В принципе всему вышеперечисленному могут содействовать субъекты туристической деятельности, однако главной точкой пересечения интересов и целей промышленных и туристических предприятий является реализация продукции. Рост продаж и выручки является лучшим стимулом развития промышленного туризма. Опрос представителей белорусских туроператоров и предприятий показал, что серьезные проблемы взаимодействия отсутствуют, тем не менее можно отметить ряд пожеланий и предложений с обеих сторон, которые возникают в процессе сотрудничества и реализации турпродукта. Также следует подчеркнуть, что указанные ниже моменты не являются всеобщим явлением, а характерны для некоторых объектов или для популярных предприятий, массово посещаемых туристами, либо это предложение общего характера. Некоторые из указанных ниже вопросов (см. табл. 3) являются примером проявления «кризиса роста», преодоление которого окажет положительный эффект на дальнейшее развитие промышленного туризма и качества оказываемых услуг.

Таблица 3. Предложения и вопросы субъектов хозяйствования в рамках развития промышленного туризма

Со стороны туроператоров
Обеспечение глубины продаж. Сложности в записи на экскурсии могут возникать, если бронирование возможно только на текущий месяц или чуть больший срок без гарантии наличия мест. Белорусские принимающие туроператоры не могут подтвердить иностранным партнерам заявки в среднесрочной и долгосрочной перспективе и гарантировать посещение их туристами того или иного предприятия в рамках экскурсии. Это, в свою очередь, может привести к отказам по некоторым заявкам, к сомнениям в надежности белорусских туроператоров в глазах иностранных партнеров. Либо туроператоры на свой риск подтверждают экскурсии, что при неблагоприятном развитии впоследствии может принести финансовые потери из-за невыполнения взятых обязательств по программе.

Со стороны туроператоров
Возможность долгосрочного планирования в отношении туров, включающих посещение промышленных предприятий, реализация которых выпадает на выходные дни и даты государственных праздников.
Оперативность в подтверждении бронирования по заявке. Такой вопрос возникает не только в случае с популярными предприятиями, которые, естественно, получают множество запросов, но и на предприятиях, где проведение экскурсии согласовывается лично руководителем и/или рядом внутренних служб, что может занимать достаточно продолжительное время (до нескольких дней). Возможность внедрения упрощенной системы согласования заявок на экскурсии для организованных групп.
Возможность внедрения партнерских программ: специальные групповые тарифы для туроператоров, применение системы комиссионных вознаграждений за приобретенную туристами продукцию в фирменном магазине предприятия.
Использование системы «радиогид» при проведении экскурсии в производственных цехах, в которых не всегда помогают усилители голоса. Туристы не всегда слышат заводского экскурсовода.
Со стороны предприятий
При бронировании по долгосрочному графику туроператоры не всегда обеспечивают заявленный объем продаж, что влечет к отмене некоторых экскурсий, сокращению количества туристов и, как следствие, недополучению доходов предприятием.
Отмены туров в последний момент, иногда без предварительного уведомления, о чем предприятие узнает по факту отсутствия группы в запланированное время. Опоздание группы ко времени начала экскурсий, зачастую без предупреждения со стороны представителя туристической компании, что ведет к сбою графика экскурсий на производстве и несет неудобство и негативные последствия и для предприятия, и для следующих групп других туроператоров.
При планировании программы с посещением нескольких промышленных предприятий, туроператором следует ставить экскурсии с дегустацией на предприятия, выпускающие алкогольную продукцию, в завершении тура. Так как по правилам на производстве нельзя находиться в состоянии опьянения, что является проблемой при посещении последующих предприятий или иных объектов показа.
На сайтах туристических операторов и агентств бывает представлена информация об экскурсиях на предприятия, в том числе которые временно не проводят экскурсии и не принимают туристов вообще, либо размещается устаревшая информация. Представители некоторых предприятий обращали наше внимание на такие случаи и отмечали, что из-за некорректных сведений, размещенных туристическими компаниями, предприятия вынуждены обрабатывать письменные запросы и телефонные обращения по поводу экскурсий или услуг, которых нет.

2.2 Экскурсии и маршруты туристических путешествий с посещением промышленных предприятий

Как уже было отмечено, промышленный туризм имеет точки сближения с историко-культурным, деловым и гастрономическим. Экскурсии на предприятия являются важным элементом историко-культурных (познавательных) и деловых туров.

2.2.1 Обзорные экскурсии

Туристы и экскурсанты знакомятся с промышленным потенциалом того или иного города, отдельными предприятиями и городским промышленным ландшафтом в рамках обзорных экскурсий, особенно когда маршрут включает в себя посещение городов с крупными градообразующими предприятиями (Жодино, Солигорск, Борисов, Светлогорск, Слуцк и др.). Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 16.02.2021 № 90 «Об определении перечня» определен список градообразующих и системообразующих хозяйственных обществ⁸⁸.

Согласно указанному перечню больше всего таких предприятий (20) находится в г. Минске, среди которых можно отметить только те, которые уже проводят производственные экскурсии. К слову, иные предприятия из данного перечня являются перспективными для развития промышленного туризма и потенциально могут быть успешными в этой деятельности.

Таким образом, примерами градообразующих и системообразующих предприятий г. Минска, принимающих туристов, являются ОАО «МТЗ», ОАО «Минский автомобильный завод», ОАО «Минский завод игристых вин», ОАО «Минский завод колесных тягачей», ЗАО «Атлант».

На втором месте находится Могилевская область с 17 градообразующими предприятиями, среди которых ОАО «Белшина», ОАО «Могилевский завод лифтового машиностроения», ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «ФандОК» принимают туристов.

Далее следует Брестская область, в которой насчитывается 16 градообразующих предприятий, включая Брестский электроламповый завод, «АМКО-ДОР-Пинск», «Полесьеэлектромаш», однако на момент проведения настоящего исследования указанные предприятия не развивали промышленный туризм на коммерческой основе.

⁸⁸Об определении перечня [Электронный ресурс] : Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16.02.2021 № 90 / ЭТАЛОН. Другие банки данных / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2024.

В Витебской области отмечены 15 таких предприятий, в числе которых промышленный туризм развивают ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод» и ОАО «Витебские ковры».

От Городненской области в перечень включены 13 предприятий, среди которых туризм активно развивают ОАО «Молочный Мир» и ОАО «Красносельскстройматериалы».

По 11 градообразующих предприятий расположены в Гомельской и Минской областях. Среди них можно выделить ОАО «БЕЛАЗ», ОАО «Слуцкий сахарорафинадный комбинат», ОАО «Гомсельмаш», ОАО «Гомельское ПО «Кристалл».

В рамках обзорных экскурсий промышленный туризм раскрывается как отдельная подтема для формирования у туристов и экскурсантов целостного представления о населенном пункте, его истории и современности. В таблице 4 представлен перечень обзорных экскурсий, утвержденных Национальным агентством по туризму, в которых присутствует тема промышленности.

Таблица 4. Промышленный туризм в обзорных экскурсиях

№ п/п	Название экскурсии	Содержание экскурсии, связанное с промышленным потенциалом
1	«Брест — город древний и современный»	Строительство южного промышленного узла; «Цветотрон» и машиностроительный заводы на современном этапе. Восточный промышленный узел: история, современное состояние. Промышленное развитие Бреста. Свободно-экономические зоны. ОАО «Газоаппарат» — российско-белорусское предприятие, выпускающее продукцию с торговой маркой «Гефест».
2	«Брест. Прикосновение к тысячелетней истории»	Восточный промышленный район.
3	«Бобруйск — город над Березиной»	Бобруйск — крупный промышленный центр Беларуси. Общая характеристика промышленности города. ОАО «Беларусьрезинотехника» — крупнейшее предприятие резиновой промышленности. Промышленность города: ОАО «Бобруйскагромаш», ТЭЦ № 2, ОАО «Белшина».

№ п/п	Название экскурсии	Содержание экскурсии, связанное с промышленным потенциалом
4	«Вечно юный древний Гомель»	Гомель — крупный промышленный и научный центр Беларуси: ОАО «8-ое Марта», Совместное предприятие «ОАО «Спартак».
5	«Борисов приглашает друзей»	Развитие промышленности: «Водар хлеба», главный корпус ОАО «БАТЭ», корпуса завода пластмассовых изделий, АП № 3, завод медпрепаратов, «ФреБор», завод «Автогидроусилитель». Хрустальный завод — одно из старейших предприятий города. Белджи — новое слово в машиностроении Беларуси. Завод БелАЗ (в г. Жодино).
6	«Кобрин — город семи столетий»	Кобрин — промышленный центр района. Крупнейшие предприятия города: Кобринский хлебозавод, ОАО «Кобринский Маслосырзавод», СООО «ПП Полесье», РМЗ ОАО «Гидромаш».
7	«Пинск — город девяти веков»	Пинск — столица мелиорации Полесья. Из истории мелиорации. ОАО «Пинское промышленно-торговое объединение «Полесье». Западный промышленный узел. РУМП «Кузлитмаш», ОАО «Пинема», завод СММ КСИ «Полесье-агрокомплект», «Амкодор-Пинск». Брестская — старейшая промышленная улица Пинска. Завод «Искож». Опытно-механический завод. Здание завода кормовых витаминов. Фанерная и спичечная фабрики — старейшие предприятия Пинска.
8	«Сказание о граде Витебске»	Предприятия СЭЗ «Витебск». Внешнеэкономические связи Витебска. Телевизионный завод — одно из крупнейших предприятий Витебска.
9	«Город Гедимины»	ОАО «Лидское пиво»: история и современность. Завод «Агропроммаш». ОАО «Лакокраска».
10	«Минск — столица Республики Беларусь»	Промышленные предприятия белорусской столицы.
11	«По страницам истории Сморгони»	Ул. Гагарина — промышленный район города. ОАО «Сморгонские молочные продукты».

№ п/п	Название экскурсии	Содержание экскурсии, связанное с промышленным потенциалом
12	«Полацк — старая и новая столица Беларуси»	ОАО «Стекловолокно» — градообразующее предприятие, флагман полоцкой индустрии. История его создания, продукция, международные экономические связи.
13	«Рогачев: на перекрестках истории»	ОАО «Рогачевский МКК» — справка о предприятии.
14	«Шаги столетий Могилева»	Западный промышленный район г. Могилева (ОАО Булочно-кондитерская компания «Домочай», ОАО «Лента», ОАО «Можелит»).
15	«Оршанщина — путешествие в прошлое и настоящее края»	Экскурсия показывает город Оршу как крупный промышленный город Беларуси, центр льноткачества. ОАО «Станкостроительный завод «Красный борец»
16	«Вечной памятью живы»	Проездом в г. Жлобин Белорусский металлургический завод (БМЗ). Причины строительства БМЗ и его значение экономике региона. Особенности строительства.
17	«Путешествие по Волковыску и Волковысскому району»	Проездом цеха ОАО «Красносельскстройматериалы». История создания, развития и место в современной строительной индустрии Беларуси. «Белорусские Мальдивы».
18	«Путешествие в край славных предков»	Лидский бровар — старейшее пивоваренное производство Беларуси.
19	«По страницам истории Гомельского Полесья»	ЗАО «Добрушский фарфоровый завод». История возникновения Добрушской бумажной фабрики «Герой труда».
20	«Слуцк и окрестности»	В экскурсию включен музей Фабрики художественных изделий. Транспорт и промышленное развитие Слуцка и района. ОАО «Слуцкий уксусный завод» — одно из самых успешных предприятий района (д. Покрашево).
21	«Вехи истории города на Днепре»	Здание Могилевской областной типографии. Экскурсионная справка. Завод Строммашина. Экскурсионная справка. Пивзавод. Краткая экскурсионная справка.

№ п/п	Название экскурсии	Содержание экскурсии, связанное с промышленным потенциалом
22	«Жлобин вчера, сегодня, завтра»	Индустриальный облик Жлобина. Южный промышленный узел: мебельная фабрика, хлебозавод, комбикормовый завод, завод «Свет», железнодорожная станция. Восточный промышленный узел: краткая характеристика завода «Днепр», молочного завода. БелФА — крупнейшая в Европе фабрика по производству искусственного меха. СТПЦ 3 — история, продукция. Особенности Жлобинского мясокомбината. История Белорусского металлургического завода. Предприятие республиканского значения, «градообразующее предприятие».
23	«Щучин: страницы истории и культуры древнего поселения Гродненщины»	Завод «Автопровод» — история, характеристика деятельности и выпускаемой продукции Щучинский маслосырзавод.
24	«Знакомьтесь — город Молодечно»	Промышленное развитие Молодечно. Ведущие предприятия и их роль в жизнеобеспечении города. ЗАО «Молодечномебель», ЗАО «Дилис Косметик».
25	«Золотое кольцо Поозерья»	Янино — сырная столица Верхнедвинского района. ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»
26	«Открывая Восточную Беларусь» (Бобруйск-Жиличи-Боруйск)	СПК «Гигант» — одно из передовых хозяйств Могилевщины. История и современные достижения СПК «Гигант.
27	«Солигорск: история города шахтеров»	Экскурсия посвящена знакомству с современным промышленным центром, одним из самых молодых городов Беларуси. Его появление связано с открытием месторождения калийной руды в этом регионе, что впоследствии определило основную специализацию города. ОАО «Беларуськалий».

2.2.2 Объекты промышленного туризма в архитектурно-исторических, краеведческих и иных экскурсиях

Помимо обзорных, про объекты промышленного туризма также можно узнать на архитектурно-исторических, краеведческих и иных экскурсиях. Следует подчеркнуть, что для данных экскурсий тема промышленного потенциала населенного пункта или района является исключительно сопутствующей. Обзор соответствующих экскурсий, утвержденных Национальным агентством по туризму, приводится в таблице 5.

Таблица 5. Промышленный туризм в различных типах экскурсий

№ п/п	Название экскурсии	Содержание экскурсии, связанное с промышленным потенциалом
1	«Памятные места города Могилева»	Могилев — город большой химии. Первое предприятие химической промышленности республики — завод искусственного волокна. Могилев — город машиностроения. Восточный промышленный район. Политехнический колледж — кузница кадров для завода «Строммашина» Завод «Строммашина» — старейшее машиностроительное предприятие города.
2	«Гродненская мозаика»	Березовка — город мастеров стекольной продукции. История основания Березовского стекольного завода «Неман». Технология производства и основная продукция завода. Мастера-стеклодувы. Современное состояние предприятия. Экскурсия на предприятие с экскурсоводом завода. Промышленность г. Лида. Промышленность г. Скидель.
3	«Дарогамі Жлобіншчыны»	Внешнеэкономические связи Жлобина. Белорусский металлургический завод. ОАО «БЕЛФА» (фабрика искусственного меха).
4	«По Придвинскому краю»	Торфопредприятие им. Даумана. Промышленные предприятия Оболи сегодня.
5	«Род Чапскіх на Міншчыне» / «Жизнь — отечеству, честь — никому» (наследие рода Чапских на Минщине)»	Корпуса пивзавода «Аливария». История и современность пивзавода.
6	«Шляхеція гнёзды»	Цементно-шиферный завод. Красносельский — крупнейший центр производства строительных материалов.

№ п/п	Название экскурсии	Содержание экскурсии, связанное с промышленным потенциалом
7	«Дорогами гомельского Полесья»	Речица — город белорусских нефтяников (проездом).
8	«В древнейший город белорусского Полесья»	Слуцкий сахарорафинадный комбинат — один из четырех сахарных заводов Беларуси. Объединение «Беларуськалий» — один из крупнейших мировых производителей и поставщиков минеральных удобрений. Вклад объединения в экономику Беларуси. Солигорск — город белорусских шахтеров. Производственное объединение «Гранит» и его значение для экономики Беларуси.
9	«Барановичи: на перекрестке эпох, на перекрестке историй»	На маршруте экскурсанты получают информацию о современной социально-экономической ситуации в городе, в том числе на примере конкретных промышленных предприятий (558-й авиаремонтный завод).
10	«Архитектурное наследие XVIII–XIX веков у почтовых дорог»	ПРУП «Кричевцементношифер». Промышленность Кричева.
11	«Дорогами Полесского Загородья»	Белоозерск — город белорусских энергетиков.
12	«Городокский Парнас»	История строительства Витебской ГЭС. Значение ГЭС для энергетической системы страны. История разработки доломитовых месторождений в д. Верховье. Г.п. Руба — центр добычи доломита в Республике Беларусь. ОАО «Доломит».

2.2.3 Производственные экскурсии

Согласно действующему законодательству экскурсии на промышленных предприятиях могут проводить только их сотрудники, которым не требуется прохождение профессиональной аттестации, подтверждающей квалификацию экскурсоводов и гидов-переводчиков. Статьей 34 Закона Республики Беларусь от 11.11.2021 № 129-З «О туризме» определен круг лиц, которые вправе проводить экскурсии на территории Республики Беларусь. К их числу относятся «лица, работающие в организациях, при проведении экскурсий в этих организациях». К данной категории не предъявляются требования об обязательном прохождении аттестации при соблюдении двух условий:

физическое лицо должно быть работником организации и выполнять функционал в соответствии с возложенными на него должностными обязанностями;

подготовка и проведение экскурсий осуществляется исключительно в пределах организаций (без организации посещения других туристических ресурсов).

Также и разработка экскурсионного маршрута по предприятию, составление его технологической карты и контрольного текста является внутренним делом предприятия и не требует прохождения аттестации в Национальном агентстве по туризму. Соответственно, среди утвержденных контрольных текстов нет именно производственных экскурсий, однако есть несколько примеров, которые по своей тематике приближены к таковым.

Экскурсия **«Дорогой на БЕЛАЗ»** по своему типу является многоплановой обзорной, основной темой которой является знакомство с всемирно известным предприятием БЕЛАЗ. На его примере экскурсанты получают представление о развитии белорусской промышленности, машиностроения в частности. Во время экскурсии туристы посещают музей промышленной славы завода, в котором представитель БЕЛАЗ расскажет историю возникновения и развития производства, а также увидят легендарную технику: карьерные самосвалы БЕЛАЗ грузоподъемностью от 90 до 450 тонн. Экскурсанты познакомятся с процессом создания уникальных карьерных самосвалов. Помимо этого, на экскурсии рассказывается и о других промышленных предприятиях г. Жодино, приводятся общие сведения об экономике и промышленности Беларуси и г. Минска.

Экскурсия **«В Березовку — город белорусского стекла»** также строится вокруг посещения знаменитого предприятия, одним из первопроходцев белорусского промышленного туризма. Экскурсия знакомит с развитием мануфактур, технологическим процессом производства стекла и хрусталя на стеклозаводе «Неман», развитием разного вида ремесел, декоративно-прикладного искусства. Также маршрут экскурсии предполагает посещение еще одного известного промышленного центра — г. Лида.

Еще одним примером является производственно-историческая и гастрономическая экскурсия **«Ароматные истории: кофе и шоколад в жизни столицы»**, которая посвящена истории и культуре потребления кофе и шоколада в Беларуси, в частности, в г. Минске. В ходе экскурсии туристы знакомятся с историческими и современными кофейнями и кондитерскими фабриками белорусской столицы. В центре внимания находится фабрика «Коммунарка»; возможно посещение предприятия, музея-кофейни и фирменного магазина.

Как уже было показано выше, посещение промышленных предприятий или знакомство с их историей предусмотрено рядом экскурсионных маршрутов, однако, в отличие от упомянутых в данном параграфе, они не являются основным объектом показа, и их посещение не является целью всей экскурсии. В перспективе могут быть разработаны следующие подобные экскурсионные маршруты, направленные на посещение промышленных центров: г. Наровля (кондитерская фабрика «Красный Мозырянин»), г. Добруш (Добрушский фарфоровый завод, Добрушская бумажная фабрика), дорога в Полесский государственный радиационно-экологический заповедник. Возможны и иные варианты, однако здесь предложены только такие населенные пункты и объекты, которые уже развивают промышленный туризм. Помимо этого, возможна разработка региональных маршрутов промышленного туризма, либо тематических отраслевых. Примером может служить действующий «Нефтяной маршрут», разработанный компанией «Белоруснефть».

Перспективной является также разработка и аттестация отдельных экскурсионных маршрутов по окрестностям и рабочим городкам предприятий, которые могут проводиться в связке с производственной экскурсией. Прежде всего это может быть экскурсия по рабочему поселку МТЗ, рабочему поселку МАЗ, ул. Октябрьской (г. Минск).

Что касается непосредственно производственных экскурсий, которые разрабатываются предприятиями, то следует подчеркнуть важность работы по созданию и реализации нескольких вариантов экскурсионных программ, если такая возможность на предприятии есть. Это способствует возвратности экскурсантов. Как показало данное исследование, сегодня небольшое количество предприятий предлагают различные варианты экскурсий, включая интерактивные.

2.2.4 Интерактивные формы экскурсий на производстве

Не менее важным является интерактивность в проведении экскурсий как на уровне отдельных элементов, так и экскурсии в целом. В частности, на предприятиях (музее и территории в целом) могут быть реализованы экскурсии-квесты образовательного и развлекательного характера, посвященные предприятию, технологиям, производственной отрасли в целом. Имеет смысл разработка и коммерческая реализация тематических квестбуков, посвященных объектам промышленного туризма определенного города или региона.

Не стоит забывать и про более привычные интерактивные формы взаимодействия с экскурсантами — дегустации и мастер-классы. Безусловно, дегустации характерны для предприятий пищевой промышленности. Практикой

давно установлено, что знакомство с процессом производства вызывает позитивные чувства у экскурсантов, формирует лояльное отношение к бренду, дает возможность детального знакомства с ассортиментом и демонстрации новинок продукции предприятия. Туристы, которые своими глазами видели процесс создания продукции, продегустировали ее, поучаствовали в ее создании либо оформлении, обязательно запомнят название предприятия и наверняка в будущем приобретут продукцию данного производителя⁸⁹. Мастер-классы, тематически связанные с производством или отраслью в целом, доступны для всех без исключения предприятий. Ограничения обычно возникают из-за отсутствия необходимого приспособленного для этих целей помещения.

Стоит обратить внимание на опыт Российской Федерации по внедрению креативных технологий, объединяющих производство, искусство и туризм. Ряд практик подходит для разовых акций, приуроченных к определенным событиям (фестивали, дни открытых дверей, юбилейные даты и пр.):

театральный перформанс — жанр представления, рожденный на стыке театра и всевозможных элементов изобразительного искусства, танца, музыки, видеоарта, кино и т. д.;

иммерсивные постановки — для достижения эффекта погружения, когда посетители становятся непосредственными участниками событий в представляемой программе производственной экскурсии с помощью увлекательных историй, необыкновенных зрительных и музыкальных образов;

экскурсия-спектакль — сочетание интерактивной формы с театрализованной подачей сюжета; наиболее активно используются методы театрализации при работе с детской аудиторией⁹⁰.

Некоторые интерактивные средства и формы могут быть или уже внедряются белорусскими предприятиями на постоянной основе и являются перспективным направлением развития:

светозвуковые и музыкальные инсталляции — это высокотехнологичные инструменты в производственных экскурсиях, которые чаще используются

⁸⁹Пациенко, С.А. Экскурсионная деятельность кондитерских предприятий в контексте развития промышленного туризма в Республике Беларусь / С.А. Пациенко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. — Минск, 2023. — С. 242.

⁹⁰Дыленок, Ю.П., Сидорович, С.В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю.П. Дыленок, С.В. Сидорович. — Минск, 2022. С. 76–78; Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации. Версия 2.0 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110/> (дата обращения: 08.09.2024). — С. 175.

для создания wow-эффекта (мультимедийные, проекционные световые шоу, созданные по технологии маппинг, голограммы и др.);

техно-шоу — представления и демонстрация возможностей специализированной техники и роботов, в том числе в музыкально-световом сопровождении, использованием лазерных и пиротехнических спецэффектов;

арт-объекты — росписи стен, скульптуры и пр.⁹¹

В частности, арт-объекты уже стали привычной картиной на территории предприятий, в особенности уже недействующих. Техно-шоу также проводятся некоторыми белорусскими предприятиями машиностроительной отрасли (например, МТЗ и Амкодор-КЭЗ).

2.2.5 Объекты промышленного туризма в программах белорусских туроператоров

Посещение предприятий пищевой, легкой и тяжелой промышленности в рамках производственных экскурсий на сегодняшний день является уже практически обязательным элементом туристической программы для иностранных туристов, посещающих Беларусь. Промышленный туризм пользуется спросом и на внутреннем рынке. Белорусские туроператоры организывают экскурсии на предприятия по заказу, а также включают их в программы своих регулярных экскурсионных туров.

По количеству посещаемых промышленных предприятий можно выделить «Беларустурист», экскурсии которого охватывают порядка 30 производств по всей стране. Среди туроператоров по данному показателю именно «Беларустурист» можно условно считать лидером промышленного туризма.

Туроператор «Виаполь» в программы своих туров включает посещение следующих предприятий: стекольный завод «Неман», «Лидское пиво», БЕЛАЗ, МТЗ, Иловский винзавод, винокурня «Нарочь», «Красносельскстройматериалы», Туровский молочный комбинат, «Белхудожкерамика», «Гранит», сыроварня «Грандмилк», фабрика «Слуцкие пояса».

У остальных белорусских туроператоров предложение экскурсий на промышленные предприятия более ограничено. В программы обычно включено посещение БЕЛАЗ, МТЗ, «Белхудожкерамика», «Лидское пиво», Иловский винзавод, пивзавод «Аливария», ювелирный завод «Зорка» («Автоматизированные технологии туризма», «БелИндрэвел», «Гастиния», «Смарт-Тур», «Трэвел эдженси бай», «Тракт Групп Бай» и др.).

⁹¹Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации. Версия 2.0 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110/> (дата обращения: 08.09.2024). — С. 177–179.

Также стоит обратить внимание на туры, которые предлагает ряд белорусских туроператоров («Дилижанстур», «Оригинальный тур» и др.), с посещением небольших частных ферм и производств, а также промышленных ландшафтов: солигорские терриконы⁹², меловые карьеры возле Любани и Красносельска, гранитный карьер «Микашевичи», улиточная ферма «Ратов», пекарня и сыроварня в д. Комарово Мядельского р-на и др.

Туроператор «Альтер Тур» в позиционировании своей деятельности подчеркивает свою специализацию на промышленном туризме и предлагает экскурсии: «Нефтяной маршрут», «История торфа и пива», «Соляные шахты и гранитные скалы», «Комбайнеры, комбайнеры!» (Гомсельмаш), «Гигантские машины», «Белшина», «Полесский радиационно-экологический заповедник», а также исторические туры с посещением Иловского винзавода. Несмотря на подобную самопрезентацию, предложение достаточно стандартное и ограниченное. В целом можно отметить, что в Беларуси отсутствует специализированный туроператор по промышленному туризму.

Среди белорусских туроператоров не так много предложений туров по промышленным предприятиям отдельного взятого региона. «Могилевобл-турист» предлагает туры с посещением затопленных меловых карьеров возле д. Лозовица Климовичского р-на, а также отдельные туры по Могилевской области с посещением промышленных предприятий: ОАО «Белшина», ОАО «Красный пищевик», ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай», ОАО «Компания «МогНат», ОАО «Могилевская фабрика мороженого», Кондитерская фабрика «Екатерина», РУП «Завод газетной бумаги», овощехранилище ОАО «Александрийское», агроусадьба «Сырная» с мастер-классом, агроусадьба «Пчелиное царство» с мастер-классом.

Витебский туроператор «ИЛВА» в ряду иных объектов промышленного туризма предлагает экскурсионные туры с посещением предприятий Витебской области (Верхнедвинский маслосырзавод, Полоцкие напитки и концентраты и др.).

Отдельно еще можно выделить частное учреждение «Неизведанная узкоколейка», которое популяризирует историю узкоколейных железных дорог Беларуси и развивает экскурсии на базе торфобрикетного завода «Дитва», где был создан музей узкоколеек.

Полную выборку предложения продукта промышленного туризма по туроператорам фактически невозможно осуществить, так как туры одного туроператора реализовываются рядом агентств. Также маршруты и объек-

⁹²Искусственная насыпь из отвалов, образованных в результате выработки месторождения, в данном случае калийной соли.

ты промышленного туризма отражаются различными онлайн платформами-агрегаторами, при этом не являясь реальным туристическим продуктом. Массив информации используется в целях привлечения посетителей на сайт.

На популярном среди российских индивидуальных туристов сервисе онлайн-бронирования экскурсий «Трипстер» также представлены некоторые предложения белорусских туроператоров по посещению промышленных предприятий: ОАО «БЕЛАЗ», ОАО «МТЗ», СОАО «Коммунарка», РУПП «Гранит» с осмотром Любанского мелового карьера и Солигорских терриконов.

2.2.6 Индустриальные ландшафты и объекты промышленного наследия в туризме

В мировой практике промышленного туризма значимая роль отводится объектом промышленного наследия и индустриальным ландшафтам.

Промышленное (индустриальное) наследие — это остатки индустриальной культуры, к которым относятся здания и механизмы, мастерские, заводы и фабрики, шахты и площадки для обработки и переработки, склады и лавки, места, где производится, передается и используется электроэнергия, транспорт и инфраструктура, а также объекты социальной деятельности, связанные с промышленностью, такие как жилье, религия или образование⁹³.

Промышленный (индустриальный) ландшафт — это вид культурного ландшафта, созданный человеком в процессе хозяйственной деятельности (карьеры, отвалы, терриконы, шахты, каналы, дамбы, дороги, мосты, трубопроводы, линии электропередач, тоннели, производственные комплексы и т. п.).

В 2003 г. в Москве, Екатеринбурге и Нижнем Тагиле проходил XII конгресс Международного комитета по сохранению индустриального наследия (TICCIH). Делегатами был утвержден текст стратегического и программного документа по сохранению промышленного наследия — «Нижнетагильская хартия». Она состоит из введения и семи разделов: 1) определение индустриального наследия; 2) ценности индустриального наследия; 3) важность идентификации, регистрации и изучения; 4) правовая защита; 5) техническое обслуживание и сохранность; 6) образование и обучение; 7) презентация и интерпретация. Именно в последнем разделе отмечена необходимость продвижения промышленного туризма. Также подчеркнута важность промышленных и технических музеев и сохраненных производственных

⁹³Марискин, О.И. Нижнетагильская хартия индустриального наследия / О.И. Марискин // Экономическая история. № 5. 2007. С. 91.

объектов как инструментов защиты и интерпретации промышленного наследия⁹⁴.

Классификация объектов промышленного наследия по функциям, для выполнения которых они были изначально предназначены, выглядит следующим образом.

производственные центры (мастерские и заводы, где имело место производство или процесс трансформации);

склады и хранилища (хранение готовой продукции или сырья);

энергия (места, где генерируется или передается энергия);

транспорт (пассажирские и грузовые транспортные средства и их инфраструктура);

социальная среда (места, связанные жизнью сотрудников предприятий: школы, церкви, поселения)⁹⁵.

Также в качестве материальных объектов промышленного наследия рассматриваются здания, оборудование, проектная документация (чертежи, макеты, проекты, фото- и видеоматериалы), выпускаемые товары, рекламная и сувенирная продукция, упаковка товара, памятники и мемориальные доски. Памятники, в свою очередь, можно разделить на следующие категории:

персональные памятники — мемориальные доски, памятники, бюсты, статуэтки, посвященные отдельным лицам, внесшим значительный вклад в развитие той или иной отрасли;

памятники-места — определяющие знаковые территории (места), связанные с отраслью (например, первый раскоп, места трагедий и т. д.);

памятники товарам — скульптуры, представляющие продукцию, производимую на предприятии (например, памятник самовару, прянику и т. д.)⁹⁶.

Выделяется также и нематериальное промышленное наследие:

рабочий фольклор — устное творчество, характерное для рабочих конкретных специализаций или регионов. Сюда можно отнести сказы, байки, песни, частушки, легенды, анекдоты, мифы, суеверия;

профессиональный язык (арго) — язык определенной профессии, который характеризуется специфичной лексикой и своеобразием ее употребления;

профессиональные праздники;

бытовые традиции рабочих коллективов;

⁹⁴Там же. — С. 89, 94.

⁹⁵Запарий, В.В. «Индустриальное наследие» и его современное толкование / В.В. Запарий // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. — 2009. — № 1. — С. 36.

⁹⁶Санькова, А.С. Промышленное наследие: к разработке классификации / А.С. Санькова // Вестник СПбГИК. — № 3 (52). — Сентябрь 2022. — С. 100

топонимика — отражение в городских или сельских названиях процессов или имен, связанных с производством;

товарные знаки и логотипы — уникальные названия и изображения конкретных продуктов или заводов-производителей;

технологии производства — совокупность методов и инструментов, позволяющих решить производственные задачи;

историческая память — воспоминания о событиях, связанных с закрытыми или функционирующими производствами⁹⁷.

В большей или меньшей степени объекты материального и нематериального промышленного наследия интегрированы в промышленный туризм, однако преимущественно задействованы материальные объекты.

В международной практике промышленный туризм охватывает не только действующие предприятия, но и не действующие, зачастую обычно музеефицированные, включая заброшенные и работающие промышленные территории и ландшафты (карьеры, шахты, рабочие поселки и пр.). Промышленный туризм в Республике Беларусь согласно принятому определению охватывают именно действующие предприятия и их территорию. Показ иных объектов является сферой охвата историко-культурного туризма. Тем не менее экскурсионное посещение объектов промышленного наследия и промышленные ландшафты по своей сути также можно относить к промышленному туризму.

В существующей экскурсионной практике можно выделить несколько примеров интеграции объектов промышленного наследия и индустриальных ландшафтов в туристические маршруты Беларуси.

Успешным примером вовлечения действующей технологической площадки является производственная экскурсия на РУПП «Гранит», которая включает в себя посещение музея предприятия и смотровой площадки гранитного карьера «Микашевичи». Перспективным видится также использование возможностей речного порта «Микашевичи», где могли бы осуществляться прогулки на туристическом теплоходе по Микашевичскому (Гранитному) каналу⁹⁸ и Припяти, что явилось бы хорошим дополнительным продуктом, способным привлечь новую аудиторию и увеличить туристический поток в районе.

Затопленные меловые карьеры у г. п. Красносельский Волковысского р-на, за которыми закрепилось неофициальное наименование «Белорусские Мальдивы», более десяти лет своими яркими необычными ландшафтами

⁹⁷Санькова, А.С. Промышленное наследие: к разработке классификации / А.С. Санькова // Вестник СПбГИК. № 3 (52). Сентябрь 2022. — С. 100.

⁹⁸Длина канала — 6 км, а ширина — до 60 м.

привлекают значительное количество посетителей, поток которых не останавливает даже статус действующей технологической зоны предприятия, перекопанные подъездные дороги и штрафы. Долгое время шли дискуссии относительно возможности легального посещения карьеров, что и было воплощено в жизнь предприятием «Красносельскстройматериалы». Была разработана экскурсия, которая включает в себя посещение музея завода и созданной смотровой площадки непосредственно возле одного из карьеров, посещение которой открыто с июня 2023 г. Посетить смотровую площадку также можно самостоятельно без экскурсии.

Стихийный поток посетителей и отдыхающих также можно наблюдать и на других затопленных карьерах около Солигорска, Любани, Кричева, возле которых пока что отсутствует необходимая инфраструктура. Ряд белорусских туроператоров включает посещение данных карьеров в свои туры в качестве объектов показа и точек для фотопauses. Есть и отдельные программы для посещения индустриальных ландшафтов, о чем уже упоминалось выше.

Пользуются популярностью и терриконы в Солигорске, однако еще больший запрос есть на посещение солигорских шахт, которые в настоящий момент недоступны для туристов. Единственный возможный вариант, также, однако, находящийся вне туристической деятельности, — прохождение лечения в Республиканской больнице спелеолечения, подземные отделения которой располагаются в соляных шахтах на глубине 420 метров.

Еще одним потенциальным объектом промышленного туризма является карьер месторождения доломита «Гралево» в г.п. Руба Витебского р-на, часть которого сегодня затоплена, а часть по-прежнему остается действующим участком разработки.

В определенной степени экскурсии в Полесский радиационно-экологический заповедник также могут рассматриваться в рамках промышленного туризма в части знакомства с промышленным наследием и ландшафтом, изучением последствий техногенной катастрофы.

Посещение Августовского канала является еще одним примером использования промышленного наследия и ландшафта в туристической деятельности.

Объекты промышленного наследия (здания исторических заводов, хозяйственных построек, мельницы, бровары и т. п.) являются объектами показа разных типов экскурсий. Индивидуальные неорганизованные туристы также осматривают данные достопримечательности. Характерным явлением современности стала ревитализация городских промышленных территорий, которые становятся точками притяжения местных жителей и туристов. Некогда оставленные здания и пустынные улицы после преобразования пре-

вращаются в популярные локации и попадают на страницы городских путеводителей. В Минске есть несколько успешных примеров ревитализации заводских пространств, привлекающих туристов, особенно иностранных.

Звание «тусовочной» и самой яркой улицы города имеет ул. Октябрьская. С конца XIX в. здесь формируется промышленный комплекс (Минский станкостроительный завод (МЗОР), Дрожжевой комбинат, завод «Кристалл»), который сохраняется и в наши дни. Начиная с 2010 г. в арендованных заводских бывших производственных помещениях и складах размещаются студии, галереи, креативные и выставочные пространства, офисы, клубы, бары, кофейни, рестораны и пр. На улице проводятся культурно-развлекательные мероприятия. Пространство украшают арт-объекты. Своему неповторимому художественному облику ул. Октябрьская обязана проходившему здесь ежегодно с 2014 по 2019 гг. фестивалю Vulica Brazil, собиравшем белорусских и бразильских художников. Они и превратили целую улицу в настоящую галерею под открытым небом. Масштабные граффити и муралы стали визитной карточкой современного Минска.

Еще одна заметная ревитализированная промышленная зона расположена в районе ул. Куйбышева на территории завода «Горизонт». Первым в 2011 г. преобразился корпус № 6, в котором разместилось арт-пространство (студии, шоурумы, квестуры, школы искусств и пр.). Корпус № 8 стал пространством проведения различных мероприятий (концерты, выставки, лекции, кинопоказы). Здесь также разместились кафе, сувенирная и цветочная лавки, шоурумы белорусских дизайнерских брендов. Корпус также украшен граффити, а на территории установлены арт-объекты. В 2018 г. уже на других соседских заводских площадях появилась стритфуд-зона и пространство для мероприятий.

С 2022 г. во дворе часового завода «Луч» работает гастрономическая площадка «Лучшая улица». Стены заводских корпусов украшают муралы, установлены малые архитектурные формы, открыты разнообразные точки питания. На «Лучшей улице» проходят кинопоказы, музыкальные выступления, квизы, мастер-классы, детские развлечения и другие активности.

Также в Беларуси есть примеры исторических промышленных объектов, которые не только задействованы в экскурсиях в качестве объектов показа, но и стали музеями либо получили новое функциональное назначение и также посещаются туристами: паровая мельница в Заславле (музей), ветряные мельницы в музейных и туристических комплексах в Дудутках, Строчицах, Наносах, Буйничах, Каролине, Мольче (музейные объекты), водяная мельница в Жодишках (действующая мельница-музей), водяная мельница в Гervятах (кафе), водяная мельница в Дворище (туристический комплекс), водонапорная башня в Полоцке (музей), водонапорная башня в Бобруйске (ресторан),

труба котельной сахарного завода сахарного завода И. Ф. Паскевича в Гомеле (башня обозрения) и др.

Это перспективное направление для промышленных предприятий, на территории которых располагаются объекты историко-культурного наследия или исторические здания без охранного статуса. Правда, реализация подобных проектов требует значительных инвестиций. На территории предприятия «Красный Мозырянин» в г. Наровля находятся исторические фабричные корпуса в неоготическом стиле, составлявшие единый ансамбль с расположенным рядом усадебно-парковым комплексом Горваттов. В настоящий момент у предприятия есть планы по реконструкции и использованию в туристических целях части исторических зданий, что, безусловно, повысит туристическую привлекательность и самого производства, и Наровли. Тем более что параллельно продолжают восстановительные работы на самой усадьбе. На территории предприятия «Витебские ковры» сохранились исторические корпуса предшествовавшей ей льнопрядильной фабрики «Двина», в которых и сегодня находятся производственные помещения. Тем не менее исторические корпуса также могут быть задействованы в целях туризма, и такие планы у предприятия есть. Интерес представляют исторические корпуса крахмального завода в составе «Толочинский консервный завод», осмотр которых в совокупности с производственной экскурсией и дегустацией продукции мог бы составить востребованный на рынке продукт. Внимание также привлекает Малиновщизненский спиртоводочный завод «Аквадив», который расположен на территории бывшего усадебного комплекса рода Свентожецких. Сохранился частично парк и некоторые здания, среди которых выделяется фамильный склеп Свентожецких в виде четырехгранной пирамиды. Данное предприятие также перспективно не только с точки зрения ревитализации историко-культурного наследия, но и развития промышленного туризма в целом.

2.3 Музеи на промышленных предприятиях Республики Беларусь

Музеи на промышленных предприятиях относятся к категории ведомственных (корпоративных). В настоящем исследовании музеи на промышленных предприятиях будут называться корпоративными или производственными. Они могут представлять историю и современность как отдельного предприятия, в составе которого находятся, так и всю отрасль, к которой принадлежат. По форме собственности корпоративные музеи могут быть государственными и частными, хотя в подавляющем большинстве случаев они не являются отдельным учреждением, а представляют собой подразделение юридического лица.

Музейное дело в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с Кодексом Республики Беларусь о культуре (Гл. 19) (далее — Кодекс о культуре)⁹⁹. При этом кодекс не регулирует деятельность музеев при предприятиях. Из-за специфики юридического статуса они не являются музеями в том смысле, который закреплен законодательно. Корпоративные музеи в полной мере не занимаются музейной деятельностью, как это определено Кодексом о культуре, в основном не имеют концепции развития музея, системы хранения и учета музейной коллекции и фонда и др. Ответственным за деятельность корпоративного музея зачастую является сотрудник предприятия, не имеющий профильного музейного образования; пенсионер, ветеран предприятия, переведенный из другого структурного подразделения. Преимущественно работа в музее на промышленном предприятии, включая проведение экскурсий по музею и производству, является дополнительной работой по совместительству с основной в отделе кадров, идеологии, социальной работы, пресс-службе и т. п. Редко можно встретить предприятия, в штате которых есть отдельный музейный сотрудник (или несколько).

Создание и дальнейшее развитие корпоративного музея находится в сильной зависимости от личностного фактора на двух уровнях: заинтересованный руководитель, который осознает значимость музея для предприятия и общественности, и активный сотрудник. При отсутствии одного или другого корпоративный музей функционирует по инерции и формально либо прекращает деятельность (временно), или вообще расформировывается. Важно сохранять и обеспечивать преемственность кадров, особенно когда деятельность музея курирует ветеран предприятия, обладающий всей полнотой знаний, с уходом которого может быть потерян значимый пласт информации об истории организации, персоналиях и собранных экспонатах.

Учитывая особенности действующего законодательства и специфику производства, музеи на предприятиях могут и не называться «музеями», а работать под терминами: музейная комната, музейный зал, музей трудовой славы, демонстрационный зал, зал истории и т. п. Тем не менее для упрощения понимания в настоящем исследовании мы используем термин «музей».

Обобщая существующую практику, можно выделить следующие функции корпоративных музеев:

1) социальная: сохранение истории и традиций предприятий, их передача следующим поколениям сотрудников;

⁹⁹Кодекс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Hk1600413> (дата обращения: 27.08.2024).

2) познавательная: знакомство посетителей с технологиями, предприятием и выпускаемой продукцией;

3) профориентационная: знакомство учащихся (школьников и студентов) с производством и условиями труда, профессиями, сотрудниками для привлечения новых работников;

4) деловая: проведение деловых встреч, переговоров, презентаций;

5) коммуникативная: проведение внутренних мероприятий организации, укрепление связей и отношений внутри коллектива;

6) репрезентативная: формирование положительного образа предприятия, реклама выпускаемой продукции, повышение уровня доверия потребителей;

7) образовательная: обучение граждан профессиям, в особенности специфическим, которым можно научиться только на производстве; проведение обучающих мероприятий для сотрудников предприятия и сторонних организаций, а также учреждений образования;

8) научно-исследовательская: проведение научно-исследовательской работы для подготовки публикаций по истории предприятий, информационных брошюр и стендов;

9) коммерческая: получение дополнительного дохода через продажу билетов, проведение экскурсий, продажу сувениров и собственной продукции, оказание дополнительных услуг (фотосессии, аренда помещения, аренда реквизита и др.).

На многих действующих промышленных предприятиях музеи были созданы в 1970–80-е гг. Часть из них создавалась сотрудниками-энтузиастами самостоятельно без учета принципов музейного дела. Созданные в то время музеи на различных предприятиях похожи друг на друга по подходам к оформлению и формированию экспозиции. Обычно музеи размещаются в небольших помещениях, зачастую не приспособленных и не предназначенных для этого. Основу экспозиции составляют документы и фотографии, связанные с историей предприятия; знамена, вымпелы, грамоты и награды; образцы продукции и упаковки разных лет выпуска; личные вещи руководителей и заслуженных работников предприятия; документы, фотографии и предметы, связанные с общественной, культурной и спортивной жизнью коллектива; образцы старого оборудования; сувениры, подаренные предприятию в рамках деловых визитов и юбилейных дат.

Долгое время музеи сохранялись практически без изменений с момента своего создания, поэтому очевидной является необходимость их модернизации. В последнее десятилетие стала характерной тенденция по обновлению старых и созданию новых музейных экспозиций, чему способствует,

в том числе, развитие промышленного туризма. При этом структура сформировавшейся экспозиции обычно сохраняется, но уже преподносится в новой форме и с помощью новых технологий. Другим важным фактором, который влияет на модернизацию производственных музеев, является необходимость приема бизнес-делегаций, когда музейное пространство становится не только местом проведения переговоров и презентаций, но и демонстрации технологий и выпускаемой продукции. В условиях закрытого по тем или иным причинам производства именно посещение музея (или демонстрационного зала) становится единственно возможным вариантом знакомства с промышленным предприятием. Экскурсия по производственному музею без непосредственного посещения цехов и рабочих помещений также является формой промышленного туризма.

При наличии на предприятии музея он является обязательным элементом маршрута производственной экскурсии (обычно начальным), однако известны примеры, когда музейная экскурсия более востребована у туристов и пользуется большей популярностью, чем экскурсия по производству. Таким примером служит Музей истории слуцких поясов РУП «Слуцкие пояса». Нестандартный пример музея представляет Слуцкий уксусный завод. Рядом с заводской территорией в здании бывшей мельницы, в которой сохранились оригинальные элементы оборудования, размещена этнографическая экспозиция, рассказывающая о быте жителей деревни, где построен завод.

В ходе проведения данного исследования часто можно было услышать от представителей промышленных предприятий, что посещение туристами невозможно из-за соображений безопасности, непригодных для этого цеховых помещений и т. п. Создание доступного современного музейного (выставочного) пространства и проведение в нем экскурсий без посещения производственной площадки является возможным вариантом развития промышленного туризма на таких предприятиях.

Можно выделить следующие факторы, которые влияют на привлекательность производственного музея и, соответственно, на рост количества посетителей.

1. Уникальность музея. Во многом она зависит от уникальности предприятия, к которому относится. Известный бренд, особенности технологий или вида деятельности, популярная или выдающаяся продукция естественным образом привлекают внимание туристов и вызывают желание посетить производство и музей при нем.

2. Наличие интересных экспонатов, продуманность, информативность и высокий художественный уровень оформления экспозиции. Все это может компенсировать отсутствие ярко выраженной уникальности предприятия.

3. Интерактивность музея. Наличие в музее различных мультимедийных средств, которые показывают историю предприятия, производственный процесс и выпускаемую продукцию. Проведение игр, викторин, квестов в том числе с использованием мультимедийных инструментов.

4. Доступность музея. Этот фактор включает в себя несколько элементов. Прежде всего имеется в виду не столько удобное географическое расположение и транспортная доступность, сколько возможность посетить производственный музей без каких-либо режимных ограничений, которые возникают при посещении промышленных объектов. Речь идет о расположении музея вне производственной территории, где отсутствует пропускная система. Приведем несколько примеров предприятий с такими музеями: ОАО «Минский автомобильный завод», ОАО «МТЗ», ОАО «ФандОК» (г. Бобруйск), РУП «Слуцкие пояса» (г. Слуцк).

5. Наличие отдельных сотрудников, для которых музейная работа является основной. Это позволяет производственному музею полноценно функционировать и системно развивать экскурсионную деятельность, а также является важным элементом доступности музея. Туристу нужно не только попасть в музей в его рабочее время без необходимости получать разрешение и оформления пропуска, но и иметь возможность ознакомиться с экспозицией самостоятельно или с экскурсоводом и при этом не ждать неопределенное время, когда появится сотрудник-совместитель.

6. Открытость в выходные дни. Еще одним элементом доступности производственного музея является удобный рабочий график, который предусматривает возможность посещения музея в выходные дни, когда наблюдается основной поток туристов. Так как на многих предприятиях в выходные дни не проводятся экскурсии, посещение музея может стать приемлемой для туристов альтернативой. В то же время следует отметить, что на практике этого невозможно достичь без отдельного музейного сотрудника в штате организации.

7. Проведение на площадке музея различных культурно-просветительских и развлекательных мероприятий для различной аудитории, в том числе тематических фестивалей и дней открытых дверей в рамках отраслевой специфики или общих республиканских/местных акций.

8. Продвижение музея. Зачастую о существовании музеев на промышленных предприятиях и о возможности их посещения, равно как и о посещении предприятия с экскурсией, не знают не только туроператоры, туристы, но даже и местное население. Необходимо помимо стандартных рассылок по учреждениям образования и иным предприятиям периодически прово-

дить различные рекламные кампании, участвовать в выставках и конкурсах с целью популяризации предприятия и музея.

Распространенной проблемой существующих музеев на промышленных предприятиях является маленькая площадь помещения, которая ограничивает возможности для размещения и пополнения экспозиции, а также не позволяет принимать большие туристические группы (до 50 человек). Даже когда происходит обновление экспозиции само помещение остается прежним. При современной модернизации важно также прорабатывать вопрос о размещении музея в ином помещении большей площади. Предприятию, которое стремится развивать промышленный туризм, необходимо планировать собственный музей и выбирать помещение, исходя из возможности приема больших туристических групп без необходимости дробления, что увеличивает количество задействованных сотрудников предприятия для проведения одной экскурсии.

Еще одним современным явлением стало создание виртуальных музеев, которые создаются как на предприятиях, которые открыты для туристов, так и на закрытых для посещения.

Виртуальный ведомственный (корпоративный, производственный) музей — это представленная в электронном виде на веб-сайте организации или ином онлайн-ресурсе текстовая, графическая и аудиовизуальная информация о реально существующем музее организации или представленная в электронном виде текстовая, графическая и аудиовизуальная информация об истории и современности организации, производственном процессе и продукции, существующая исключительно в виртуальном пространстве.

Виртуальные музеи косвенно относятся к нашей теме, так как их наличие или отсутствие принципиально не влияет на организацию экскурсионной деятельности на предприятии. Для туристической отрасли они представляют интерес и могут быть полезны в ознакомительном плане для сотрудников туристических компаний и потенциальных туристов для выбора объекта посещения в рамках планирования и организации туристического путешествия. Однако многие виртуальные музеи есть у предприятий, которые не развивают промышленный туризм и являются недоступными для туристов. Тем не менее рассмотрим примеры виртуальных музеев действующих предприятий с разделением их на группы. В целом виртуальные производственные музеи представляют собой цифровые копии реального музея промышленного предприятия, либо содержат информацию, которая не дублирует наполнение заводского музея, либо же существующий

виртуальный музей полностью заменяют собой реальный, которого на предприятии нет вообще. При этом не следует смешивать виртуальные музеи с разделами сайта «История», «О нас», «Музей» (раздел с информацией о наличии музея и режиме работы) и т. п., хоть иногда они могут быть близкими по содержанию.

I группа. К первой группе относятся виртуальные музеи, которые представляют собой размещенную на официальном сайте предприятия в отдельном разделе «Виртуальный музей» простую фотогалерею реально существующего производственного музея. Это наиболее распространенная группа виртуальных музеев предприятий. На фотографиях представлены общие планы экспозиций, отдельных витрин, стендов и экспонатов.

Например, такие виртуальные музеи представлены на сайтах ОАО «Мостовдрев»¹⁰⁰, Музей истории дорог Гродненщины КУП «Гроднооблдорстрой»¹⁰¹, ОАО «Союзпроммонтаж»¹⁰², ОАО «Белкард»¹⁰³, ОАО «Сморгонский завод оптического станкостроения»¹⁰⁴, ОАО «Слонимский водоканал»¹⁰⁵, СПК им. Деньщикова¹⁰⁶ и др.

II группа. Виртуальные музеи данной группы практически идентичны первой. Однако для этой группы характерно наличие не просто фотогалереи, а ее структурирование по тематическому или хронологическому принципу, а также присутствие сопроводительного текста, который рассказывает историю предприятия или дополняет размещенные фотографии.

Например, такие виртуальные музеи представлены на сайтах Гродненское РУП «Фармация» (Кабинет истории аптечного дела на Гроднен-

¹⁰⁰Виртуальный музей ОАО «Мостовдрев» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mostovdrev.by/about/museum/> (дата обращения: 08.09.2024).

¹⁰¹Виртуальный музей УП «Гроднооблдорстрой» [Электронный ресурс]. — URL: <https://grodnooods.by/virtualnyj-muzej.html> (дата обращения: 08.09.2024).

¹⁰²Виртуальный музей ОАО «Союзпроммонтаж» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.sozjzprommontazh.by/kompaniya/virtualnyj-muzej/> (дата обращения: 09.09.2024).

¹⁰³Виртуальный музей ОАО «Белкард» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belcard-grodno.com/info/life-factory/virtualnyy-muzej/> (дата обращения: 08.09.2024).

¹⁰⁴Виртуальный музей ОАО «СЗОС» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.szos.by/virtualnyy-muzej> (дата обращения: 09.09.2024).

¹⁰⁵Виртуальный музей УП «Слонимский водоканал» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.slonimvodokanal.by/index.php/ru/virtualnyj-muzej> (дата обращения: 09.09.2024).

¹⁰⁶Виртуальный музей СПК им. Деньщикова [Электронный ресурс]. — URL: <https://spk-denschikova.by/o-hozyajstve/virtualnyj-muzej.html> (дата обращения: 08.09.2024).

щине)¹⁰⁷, Филиал № 5 «Гродненский комбинат строительных материалов» ОАО «Красносельскстройматериалы»¹⁰⁸, ОАО «Волковысский мясокомбинат»¹⁰⁹ и др.

III группа. К этой группе относятся виртуальные музеи, включающие в себя, помимо текстовой информации и фотографий, 3D туры по музею или территории предприятия, а также аудиовизуальные материалы (видеоэкскурсии, лекции).

Например, такие виртуальные музеи представлены на сайтах «Виртуальный музей техники и электроники ГУО «Средняя школа № 51 г. Минска»¹¹⁰, ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»¹¹¹, ОАО «МТЗ»¹¹², ОАО «Милкавита»¹¹³ и др.

Можно ожидать, что следующим шагом будет создание 3D туров на новом технологическом уровне, сочетая панораму в 360 градусов и элементы виртуальной реальности, доступные для просмотра на компьютере, мобильном телефоне и с помощью специальных очков.

Виртуальный музей предприятия позволяет продемонстрировать наиболее интересные экспонаты или, наоборот, недоступные в рамках обычного посещения. Виртуальная форма предоставляет возможность разместить большее количество фотографий, документов и предметов и сделать их доступными широкой аудитории. Не стоит опасаться того, что виртуальный музей может повлиять на снижение количества посетителей реального музея и самого предприятия. В наши дни, наоборот, доступная и качественно оформленная онлайн информация позволяет охватить дополнительную

¹⁰⁷Виртуальный музей Гродненское РУП «Фармация» [Электронный ресурс]. — URL: <https://farmacia.by/company/virtualnyj-muzej/> (дата обращения: 07.09.2024).

¹⁰⁸Виртуальный музей ОАО «Красносельскстройматериалы» филиал № 5 «Гродненский комбинат строительных материалов» [Электронный ресурс]. — URL: <https://ksm-grodno.by/pictures/virtua-ksm/index.html> (дата обращения: 08.09.2024).

¹⁰⁹Музей ОАО «Волковысский мясокомбинат» [Электронный ресурс]. — URL: <https://volmk.by/collective/virtualnyy-muzej/> (дата обращения: 08.09.2024).

¹¹⁰Виртуальный музей техники и электроники / ГУО «Средняя школа № 51 г. Минска» [Электронный ресурс]. — URL: <http://sch51.minsk.edu.by/ru/main.aspx?guid=13411> (дата обращения: 11.09.2024).

¹¹¹ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»: 3-D тур по предприятию [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.by/maps/-/CDH4f8MS> (дата обращения: 11.09.2024).

¹¹²ОАО «МТЗ»: 3-D тур по предприятию [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.by/maps/-/CDH4j-l6> (дата обращения: 11.09.2024).

¹¹³ОАО «Милкавита»: 3-D тур по предприятию [Электронный ресурс]. — URL: <https://milkavita.by/o-kompanii/3d-tur-po-predpriyatiju/> (дата обращения: 23.09.2024).

аудиторию и привлечь новых посетителей. Это еще один фактор, формирующий лояльность к предприятию и выпускаемой продукции. Современный турист предпочитает быть информированным. Объектом посещения скорее будет выбрано то предприятие или его музей, о котором потенциальный турист предварительно сможет найти подробную информацию. Объект, о котором мало что известно, или вообще ничего, почти наверняка окажется вне маршрута путешествия.

В настоящий момент виртуальные музеи не являются альтернативой экскурсионного посещения реального заводского музея, однако могут служить дополнительным инструментом для продвижения промышленного туризма на предприятии при условии осуществления соответствующей работы. Изученные нами примеры показывают, что виртуальные музеи предприятий в большинстве случаев формальны и статичны, существуют сами по себе без связи с иными маркетинговыми инструментами и социальными сетями. Без этого невозможно добиться основной цели виртуального производственного музея в рамках промышленного туризма — охват аудитории и мотивация к посещению предприятия.

Производственный музей, а также виртуальный музей и онлайн тур по предприятию могут обеспечить доступность промышленного туризма для людей с особыми потребностями, в том числе для людей с ограниченной мобильностью, нарушениями слуха и зрения. В случае наличия ограничений по посещению производства в связи с его спецификой и возможного воздействия на здоровье, а также при отсутствии безбарьерной среды, именно экскурсия по производственному музею может стать формой инклюзивного промышленного туризма и познакомить всех желающих с историей предприятия, производственным процессом и его продукцией. При модернизации старых и создании новых производственных музеев этот фактор необходимо учитывать.

2.4 Пути продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на рынке Беларуси и за рубежом

Сущность продвижения туризма заключается в привлечении и стимулировании потенциальных туристов к посещению туристического места или региона. Продвижение туризма, в том числе и промышленного, включает в себя различные маркетинговые и рекламные мероприятия, направленные на привлечение внимания и интереса к туристическому продукту (услуге) и создание положительного имиджа места. Оно включает в себя использование различных маркетинговых инструментов, рекламы, PR-меропри-

ятий, создание и продвижение бренда, участие в туристических выставках и ярмарках, создание и поддержку туристических информационных ресурсов и многое другое¹¹⁴.

2.4.1 Внутренний рынок Республики Беларусь

Как показывает отечественный и зарубежный опыт, основными посетителями промышленных предприятий являются внутренние туристы. Безусловно, в зависимости от известности бренда и отрасли есть исключения, однако в целом этот вид туризма больше популярен на внутреннем рынке. Это обстоятельство следует учитывать при разработке кампаний по продвижению туристического потенциала промышленных предприятий.

Проведенное исследование показывает, что подавляющее большинство предприятий, занимающихся промышленным туризмом, не проводят целенаправленные рекламные кампании, направленные на популяризацию производственных экскурсий. Во многом это связано с ограниченными возможностями по приему гостей. Практически все представители опрошенных предприятий говорили о росте турпотока в 2024 г. в сравнении с предыдущими годами, а также периодически отмечалось, что существующий спрос превышает текущие организационные возможности предприятий, поэтому далеко не всегда предприятие имеет цель увеличить турпоток. С учетом данного обстоятельства отсутствие рекламных кампаний является закономерным и оправданным решением, так как стимулирование спроса без возможности его удовлетворения приведет к дебрэндингу объекта промышленного туризма, выраженного в разочаровании клиентов и создании негативного имиджа, что также может неблагоприятно сказаться и на продажах продукции в целом. Каждое предприятие должно адекватно оценивать свои возможности и целесообразность осуществления рекламных кампаний.

Проведенный нами анализ деятельности предприятий в рамках промышленного туризма позволяет выделить следующие основные **инструменты продвижения** экскурсионных услуг, которые в настоящий момент используются предприятиями в той или иной степени:

1) естественная передача информации от человека к человеку («сарафанное радио»). Этот способ продвижения чаще всего упоминался в ходе опроса. Об организации экскурсий на предприятии в своих кругах общения

¹¹⁴Воронович, К.И. Современные инструменты продвижения туризма в сети Интернет / К.И. Воронович // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. — Минск, 2023. — С. 406–407.

и социальных сетях рассказывают экскурсанта, а также туроператоры в своей профессиональной среде;

2) рассылка информационных писем и материалов по учреждениям образования;

3) рассылка информационных писем и материалов по иным предприятиям (и профсоюзным организациям);

4) рассылка информационных писем и материалов по туристическим организациям.

5) размещение информации о проведении экскурсий в социальных сетях предприятия;

6) участие в городских и республиканских мероприятиях (акциях); например, «Вандруй. Адчуй. Натхняйся»;

7) участие в выставках, в том числе туристических; например, выставка-ярмарка туристических услуг «Отдых» (г. Минск);

8) размещение рекламной информации в СМИ (печатные и онлайн-издания, радио, телевидение);

9) SEO (продвижение сайта), SMM (маркетинг в социальных сетях), контекстная реклама;

10) проведение ознакомительных экскурсий для СМИ и представителей туристических компаний;

11) размещение наружной рекламы¹¹⁵.

Инструменты продвижения группы 1–7 являются базовыми и простыми, но в то же время для многих предприятий этого достаточно для обеспечения желаемого количества посетителей. Инструменты группы 8 и 9 наименее используемые. В первую очередь их применяют предприятия, которые формируют сборные группы и имеют системы онлайн-бронирования и продажи экскурсий.

Ознакомительные туры для журналистов и работников турбизнеса также не является достаточно распространенным инструментом продвижения промышленного туризма. Данная практика характерна для отдельных предприятий и обычно связана с юбилейными датами или выходом на рынок нового продукта. Промышленные объекты обычно не выступают инициаторами проведения информационно-ознакомительных экскурсий, однако готовы их принимать в случае поступления соответствующих запросов, особенно со стороны республиканских органов государственного управления и местной исполнительной власти. Ярким примером является проведение обучающих семинаров Национальным агентством по туризму,

¹¹⁵Об этом инструменте продвижения производственных экскурсий упоминали представители только двух предприятий.

а также управлениями спорта туризма областей и г. Минска, благодаря которым сотрудники туркомпаний, экскурсоводы и гиды-переводчики имеют возможность ознакомиться с существующими экскурсионными продуктами предприятий, в том числе с новыми маршрутами и объектами, которые только начинают развитие промышленного туризма. Положительно отметим, что ряд предприятий в своих разработанных положениях о проведении экскурсий внесли пункт об организации ознакомительных экскурсий на бесплатной основе в целях рекламы продукции и формирования позитивного имиджа предприятий.

Актуальным является поиск нестандартных путей продвижения экскурсий. Оригинальный способ использует «Лидское пиво». В бары и рестораны Беларуси компания поставляет бирдекели (подставки под пивные бокалы), на одной из сторон которого нанесен текст «Приглашаем в Музей лидского бровара!», размещен логотип музея, ссылки на соцсети и QR-код, ведущий на интернет-страницу с бронированием экскурсий. Это прямой выход на целевую аудиторию. Охват подобного инструмента продвижения и эффективность конверсии сложно представить в количественном выражении, однако его значительность является бесспорной.

Участие в конкурсах, местных и республиканских акциях также является действенным способом продвижения промышленного туризма на предприятии, так как привлекает внимание СМИ, что обеспечивает охват аудитории потенциальных потребителей, а также служит дополнительным способом продвижения в профессиональном туристическом сообществе. Рассмотрим несколько наиболее значимых примеров.

В 2021 г. введена номинация «Лучший объект промышленного туризма» в рамках ежегодного Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь». Первым лауреатом в номинации «Объект промышленного туризма года» стал стеклозавод «Неман» (г. Березовка). Дипломантами стали ОАО «МТЗ» и ОАО «Туровщина» (Гомельская обл., г. Туров). Грамотой «За возрождение и сохранение историко-культурных ценностей» награжден «Музей истории случких поясов» (Минская обл., г. Слуцк). Грамоту «За активное развитие промышленного туризма» получило РУПП «Гранит» (Брестская обл., г. Микашевичи). Специальным призом «За индивидуальный подход и содействие в развитии промышленного туризма» награждено ОАО «БЕЛАЗ» — управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ» (Минская обл., г. Жодино).

Лауреатом в номинации «Объект промышленного туризма» юбилейного XX Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь» в 2022 г. стало ОАО «БЕЛАЗ» — управляющая компания холдинга «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ». Дипломантами стали ОАО «Лидское пиво» (г. Лида, Гродненская область)

и РУПП «Гранит». Специальный приз «За поддержку и активное продвижение промышленного туризма» получило ОАО «МТЗ».

В 2023 г. лауреатом в номинации «Объект промышленного туризма» XXI Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь» стало ОАО «МТЗ». Дипломанты — СОАО «Коммунарка» (г. Минск) и РУПП «Гранит». Грамотой «За активное развитие промышленного туризма» награждено СПОАО «Спартак» (г. Гомель). Грамоту «За сохранение традиций и популяризацию промышленного туризма» получил «Музей Аливария» ОАО «Пивоваренная компания Аливария» (г. Минск). Грамотой «За значительный вклад в развитие промышленного туризма региона» удостоено ОАО «Могилевлифтмаш» (г. Могилев). Также была вручена грамота «За раскрытие туристического потенциала предприятия» Производственному унитарному предприятию «Полоцкие напитки и концентраты» (Витебская обл., г. Полоцк).

В 2024 г. званием лауреата в номинации «Объект промышленного туризма» XXII Республиканского туристического конкурса «Познай Беларусь» удостоено СОАО «Коммунарка» (г. Минск). Дипломантами стали ОАО «Минский часовой завод» (г. Минск) и ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай» (г. Могилев). Кондитерская фабрика «Красный Мозырянин» (г. Наровля) была отмечена грамотой «За сохранение традиций и популяризацию промышленного туризма».

Следует подчеркнуть, что названные итоги объективно отражают состояние промышленного туризма в стране в определенное время. Призы, дипломы и грамоты конкурса «Познай Беларусь» выставлены в музейных экспозициях предприятий, что свидетельствует о статусности конкурса для его участников, равно как и важности развития промышленного туризма.

С 2022 г. Министерство спорта и туризма и Национальное агентство по туризму проводят Республиканскую акцию «Вандруй. Адчуй. Натхняйся», которая направлена на популяризацию внутреннего туризма. В 2023 г. в ней приняли участие 924 объекта и 58,5 тыс. посетителей, а в 2024 г. — 1207 объектов и 61,4 тыс. посетителей. В акции принимают участие промышленные предприятия, которые можно посетить с бесплатными экскурсиями в формате «день открытых дверей». Среди участников были ЗАО «АТЛАНТ», ОАО «Ивацевичдрев», ОАО «Витебский ликеро-водочный завод «Придвинье», ОАО Верхнедвинский «Маслосырзавод», ОАО «Рогачевский МКК», ОАО «Гольшанский крахмальный завод», ОАО «Смиловичская валяльно-войлочная фабрика», ОАО «Могилевлифтмаш», МОАО «Красный металлист», ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай», ОАО «Могилевхимволокно», ОАО «Речицкий текстиль», ОАО «Речицадрев», ОАО «Гомсельмаш», УП «Сморгонский комбинат хлебопродуктов», ОАО «Лидсельмаш»,

ОАО «ММЗ имени С.И. Вавилова — управляющая компания холдинга «БелОМО», ОАО «МАЗ», ОАО «БАТЭ», ОАО «Компания «МогНат», ОАО «Управляющая компания холдинга «Бобруйскагроماش», ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Речицкий метизный завод», ОАО «Лидское пиво», РУП «Слуцкие пояса», ОАО «Гродненский стеклозавод» филиал «Елизово» и другие.

Стоит отметить, что многие предприятия, участвующие в акции «Вандруй. Адчуй. Натхняйся», в своей обычной практике принимают экскурсантов исключительно в рамках профорientации и визитов делегаций и не принимают туристов на коммерческой основе. В то же время это полезный опыт, который может позволить предприятиям опробовать свои экскурсии на иной целевой аудитории и в перспективе начать коммерческую экскурсионную деятельность.

Организация и участие в событийных мероприятиях. Вместе с участием в конкурсах, местных и республиканских акциях важным инструментом событийного маркетинга является организация собственных мероприятий и участие в иных событиях как массовых, так и тематических для узкой аудитории. Это могут быть фестивали и дни открытых дверей, приуроченные к памятным датам истории предприятия, профессиональным отраслевым праздникам, дням города, а также разного рода конференции, семинары, спортивные соревнования и т. п. Событийный маркетинг помогает предприятиям решать следующие основные задачи:

- 1) присутствие в информационном пространстве, что способствует распространению информации о предприятии и обеспечивает охват новой аудитории;
- 2) формирование положительного имиджа предприятия;
- 3) формирование лояльности потребителей;
- 4) содействие росту продаж производимой основной и сопутствующей (сувенирной) продукции: напрямую в торговых точках предприятия во время проведения мероприятий и косвенное влияние на последующий выбор покупателя;
- 5) привлечение работников на предприятие.

Также проведение мероприятий способствует продвижению производственных экскурсий. Рассмотрим ряд актуальных примеров событийного маркетинга промышленных предприятий Беларуси.

2 июня 2024 г. Минский тракторный завод в очередной раз принимал гостей в День открытых дверей. Обычно на День открытых дверей собирается более 15 000 человек. Помимо музыкальной и развлекательной программы, фуд-кортов, игровых зон, музея, выставки техники и катания на тракторах, посетителям были доступны и заводские цеха. Каждый год гостям открыва-

ются новые производственные участки. В 2024 г. была показана часть кузнечного цеха.

27 июля 2024 г. Минский завод колесных тягачей провел День открытых дверей в честь своего 70-летнего юбилея. Гости смогли посетить производственные цеха, музейно-выставочный комплекс, познакомиться с историей компании и производимой продукцией, поучаствовать в развлекательных мероприятиях.

МАЗ впервые провел День открытых дверей, приуроченный к 80-летию завода, 4 августа 2024 г. Около 13 тыс. гостей (из них около 4 тыс. — дети) посетили предприятие в этот день. Для посетителей работала выставка техники МАЗ, также можно было посетить производственные цеха и музей истории трудовой славы МАЗ. Фотозоны, экскурсии, квест с подарками, выступления артистов являлись частью праздничной программы.

В День города Минска (14 сентября 2024 г.) на предприятии «Белкоммунмаш» состоялся День открытых дверей. Мероприятие посетили около 3 тыс. гостей. Посетители ознакомились с экспозицией макетов техники, фотовыставкой о предприятии, выставочной площадкой с готовой техникой, выпускаемой заводом (электробусы, трамваи, грузовой электромобиль и др.). Также для посетителей были открыты цех, в которых сотрудники рассказывали о процессе производства белорусского электротранспорта. Стандартным элементом подобных мероприятий являются конкурсы, викторины, музыкально-развлекательная программа, игровая зона, фуд-корты и т. п.

БЕЛАЗ 28 сентября 2024 г. в очередной раз провел традиционный День открытых дверей, приуроченный ко Дню машиностроителя. Это мероприятие пользуется огромной популярностью, и с каждым годом количество гостей растет. Для посетителей были доступны цеха, музей, выставка техники; работали развлекательные зоны, торговые точки, фуд-корты и пр.

Примерами популярных городских фестивалей, организаторами и участниками которых являются промышленные предприятия, можно назвать «БЕЛАЗ Фест» в г. Жодино; «LIDBEER» («Лидское пиво») и «ХарчФэст-2024» (Лидский молочно-консервный комбинат, «Лидское пиво», «Лидхлебодукт», «Лидские пищекопцентраты», «Белсалттрейд», Гродненский мясокомбинат, Лидский хлебозавод) в г. Лида; «Сырный фестиваль» (Молочный мир) в г. Гродно и др.

Стоит выделить инициативу МТЗ по проведению специализированного спортивного соревнования — Открытого турнира по городошному спорту, посвященного Всемирному дню туризма, в котором принимают участие представители туристических учреждений и компаний, а также предприятий, занимающихся развитием промышленного туризма в Республике Беларусь.

2 октября 2024 г. турнир состоялся в третий раз. Мероприятие способствует продвижению промышленного туризма на МТЗ, является неформальной площадкой для обмена опытом по развитию туризма между предприятиями, а также установлению деловых контактов с туроператорами.

Участие в выставках. В Минске с 27 по 29 сентября 2024 г. на Октябрьской площади проходила выставка техники и продукции предприятий системы Министерства промышленности, приуроченная к 30-летию со дня образования Министерства промышленности и Дню машиностроителя. Впервые были представлены все крупные предприятия Минпрома, представляющие все сферы промышленности. Было выставлено более 60 моделей современной техники и иных образцов промышленной продукции, работали палатки с брендированной продукцией крупнейших холдингов. Выставка стала заметной точкой притяжения жителей и гостей столицы. В то же время участвующими предприятиями промышленный туризм не был представлен, хотя это была хорошая возможность для продвижения собственных производственных экскурсий среди жителей и гостей г. Минска.

Виртуальная выставка белорусских предприятий на платформе <https://clevr.by/> для продвижения продукции и поиска деловых партнеров также может быть дополнена информацией об услугах в сфере промышленного туризма, который оказывают предприятия-участники. Не только виртуальные, но и реальные стенды на отраслевых выставках, проводимые в Беларуси и за границей, могут продвигать возможности промышленного туризма на предприятии. Для этого не требуется значительных дополнительных затрат, а имиджевый эффект будет положителен. Кроме того, это может привлечь на предприятие новых экскурсантов.

На 26-й международной выставке-ярмарке туристских услуг «Отдых-2024», которая проходила с 18 по 20 апреля в многопрофильном культурно-спортивном комплексе «Минск-Арена», промышленные предприятия приняли участие как на стендах своих районов/областей, так и представили собственные стенды, посвященные промышленному туризму (МТЗ, «Гранит», Минский часовой завод, «Красный Мозырянин», БЕЛАЗ). Участие в данной выставке также является действенным инструментом продвижения на внутреннем рынке, позволяя при этом устанавливать деловые контакты с национальными и зарубежными туроператорами для формирования турпродукта и реализации производственных экскурсий.

Деятельность туристических информационных центров. Новым инструментом продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на внутреннем белорусском рынке стали туристические информационные центры (ТИЦ). Постановлением Совета Министров Респуб-

лики Беларусь от 07.12.2022 № 839 «О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма»¹¹⁶ утверждено Положение о порядке и условиях создания и функционирования туристических информационных центров, а также их учета. В их функции входит проведение инвентаризации туристического потенциала региона путем составления и обновления перечней предприятий по установленным видам туризма, включая промышленный, и предоставление информации о туристических маршрутах и объектах, в том числе по промышленному и иным видам туризма.

Информационно-туристский центр «Минск» выпустил буклет «Минск — Умный, высокотехнологичный город»¹¹⁷, в котором представлена информация о столичных объектах промышленного туризма: «Белкоммунмаш», Музей «Аливария», «Белорусский дом печати», «Керамин»¹¹⁸, «Коммунарка», МАЗ, Минский завод игристых вин, Минский завод колесных тягачей, МТЗ, Минский часовой завод, Музей городского пассажирского транспорта государственного предприятия «Минсктранс», «Слодыч».

Туристический информационный центр г. Гомеля издал буклет «Промышленный туризм», который вместе с иной рекламно-информационной продукцией представлен на информационных стойках в местных гостиницах. Это хороший пример в плане охвата целевой аудитории, а также в части предоставления информации. В буклете указаны предприятия, доступные для туристов: ОАО «Спартак», ОАО «Гомсельмаш», ОАО «Гомельское ПО «Кристалл», «Чисто пивоварня», РУП «Гомельская фабрика художественных изделий «Любна». Отдельно выделен раздел «Экскурсии на предприятиях в рамках профориентационной работы»: ОАО «Милкавита», ОАО «Гомельоблавто-транс», ОАО «Гомельский завод литья и нормалей», ЗАО «Гомельский вагоностроительный завод». Таким образом, при знакомстве с буклетом турист понимает реальные возможности посещения и может обращаться адресно.

Однако встречаются и некорректные примеры. На сайте Ошмянского районного туристического информационного центра приведен перечень предприятий (ОАО «Белкофе», «Ошмянский сыродельный завод», ОАО «Гольшан-

¹¹⁶О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма [Электронный ресурс] : Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 07.08.2023 № 36 / ЭТАЛОН. Другие банки данных / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2024.

¹¹⁷Минск — Умный, высокотехнологичный город [Электронный ресурс]. — URL: <https://minsktourism.by/.pdf> (дата обращения: 13.08.2024).

¹¹⁸На момент исследования предприятие проводило только профориентационные экскурсии. В перспективе рассматривается возможность развития промышленного туризма на коммерческой основе.

ский крахмальный завод» и др.), которые проводят профориентационные экскурсии, однако недоступны на данный момент для посещения обычным туристам.

В целом туристические информационные центры могут эффективно представлять информацию о промышленном туризме в своем городе/регионе, так как в силу территориального охвата владеют полнотой информации, способны более оперативно реагировать на изменения, обновлять сведения и доносить их до туристов.

Продвижение на государственных республиканских, областных и районных интернет-ресурсах. Портал <https://www.belarus.by/> позиционируется как официальный сайт Республики Беларусь. Этот сайт создан и сопровождается с 2009 г. специалистами информационного агентства БЕЛТА. В разделе «Туризм» представлена отдельная страница, посвященная промышленному туризму, на которой размещены сведения об объектах промышленного туризма по направлениям: индустриальные гиганты; молочные бренды; кондитерские фабрики, хлебозаводы, пекарни; фабрики сувениров, игрушек. Практически все из указанных предприятий принимают туристов на коммерческой основе. Среди общей информации для потенциальных туристов содержится важное уточнение о специфике организации посещения заводов и фабрик. Из минусов отметим отсутствие прямых ссылок на сайты предприятий и контактов.

На туристическом портале Национального агентства по туризму <https://belarus.travel/> представлена информация об отдельных объектах промышленного туризма по областям в формате обзорных новостных статей. Отметим, что некоторые из указанных предприятий (Витьба, Глубокский молочноконсервный комбинат, Речицадрев, Белорусский металлургический завод) не принимают экскурсантов вообще, или проводят исключительно профориентационные экскурсии для учащихся. Также на сайте есть отдельная рубрика «Промышленный туризм», где можно увидеть интерактивную карту с указанием кратких сведений о 131 предприятии (общая информация, контакты, фото).

Кроме того, промышленный туризм продвигается в аккаунтах Национального агентства по туризму в социальных сетях Facebook и Instagram, официальных каналах в Telegram, YouTube.

Также информация об объектах промышленного туризма представлена на информационных ресурсах некоторых областных управлений спорта и туризма областей. В разделе «Промышленный туризм» на сайте Управления спорта и туризма Гродненского облисполкома размещена информация о следующих объектах: Стекольный завод «Неман», ОАО «Торфобрикетный

завод Дитва», ОАО «Лидапищеконцентраты», ОАО «Молочный Мир», Музей лидского бровара, ОАО «Гронитекс», ОАО Гродненская обувная фабрика «Неман», ОАО «Гродненский стеклозавод», ОАО «Красносельскстройматериалы», Региональный лесной экологический образовательный центр «Парк Горни».

На сайте Управления спорта и туризма Витебского облисполкома также представлен перечень объектов промышленного туризма, в котором формально представлены 30 предприятий. В то же время в списке присутствуют предприятия, которые проводят только профориентационные экскурсии и не работают с туристами, а также выявлено дублирование позиций (№ 1 и 2), а про Витебскую бройлерную птицефабрику прямо сказано, что «не принимают экскурсии». Включение в список Центра банковских услуг № 216 ОАО «АСБ Беларусбанк» в г. Полоцке и Полоцкого государственного химико-технологического колледжа, по нашему мнению, не является оправданным с точки зрения классификационных признаков промышленного туризма.

Интернет-ресурс «Полоцкая земля», созданный по заказу Полоцкого районного исполнительного комитета, также содержит раздел «Промышленный туризм», в котором представлены сведения о следующих объектах посещения: Новополоцкий завод технологических конструкций, «Полоцк-Стекловолокно», Полоцкие напитки и концентраты, Полоцкводоканал, Полоцкая ТЭЦ¹¹⁹.

Туристический портал «Gomel Travel» Управления спорта и туризма Гомельского облисполкома содержит раздел «Промышленный туризм»¹²⁰ с перечнем объектов промышленного туризма (27 предприятий), которые преимущественно проводят профориентационные экскурсии.

Главное управление спорта и туризма Миноблисполкома издало «Путеводитель по производственному туризму Минской области»¹²¹, в котором включены сведения о 21 организации. В данном случае информация о некоторых предприятиях содержит важное уточнение, что экскурсии проводятся с целью профориентации, но о некоторых других такой пометки нет, хотя экскурсии также проводятся исключительно профориентационные¹²². Дискуссионной является целесообразность включения в путеводитель Республиканского спортивно-технического центра ДОСААФ и ООО «Природа-Люкс», посещение которых, на наш взгляд, не относится к промыш-

¹¹⁹Полоцкая земля [Электронный ресурс]. — URL: <https://polackland.by/> (дата обращения: 28.08.2024).

¹²⁰Промышленный туризм // Gomel Travel [Электронный ресурс]. — URL: <https://gomel-travel.by/index.php/promyshlennyy-turizm> (дата обращения: 28.08.2024).

¹²¹Путеводитель по производственному туризму Минской области. — Минск, 2023. — 44 с.

¹²²Например, Завод горного воска, Вилейская мебельная фабрика.

ленному туризму. Также сведения о предприятиях в рамках туристических маршрутов представлены на туристическом сайте Минской области <https://minobltravelism.gov.by/>.

Не на всех сайтах областных исполнительных комитетов представлена информация о промышленном туризме. Как и в других случаях, в числе указанных предприятий есть те, что проводят только профориентационные экскурсии и не работают на прием туристов.

Таким образом, можно отметить, что актуальным является вопрос обновления сведений. В справочных и информационных материалах полагаем целесообразным указывать только те предприятия, которые проводят экскурсии на коммерческой основе, чтобы туристы могли посетить производство с экскурсией, а не получать отказы по своим обращениям туда, где такой возможности в принципе нет.

Размещение информации о турпродукте промышленных предприятий на специализированных туристических порталах также доступно на коммерческих условиях.

Кросс-маркетинг. С учетом преимущественно организованного характера промышленного туризма в Беларуси целесообразным является взаимодействие предприятий и субъектов туристической деятельности по совместному продвижению производственных экскурсий и маршрутов. Несмотря на логичность такого взаимодействия, данный вид работы фактически отсутствует как в формате кросс-маркетинга (взаимной рекламы товаров и услуг), так и совместного продвижения продукта. Также возможен кросс-маркетинг предприятий разных отраслей (во избежание конкуренции или создания монополии), расположенных в одном районе. Еще одним союзником предприятий по кросс-маркетингу и реализации экскурсий являются санаторно-курортные учреждения, расположенные в том же регионе. Отдыхающие заинтересованы в дополнительных активностях, включая экскурсии на предприятия.

Использование фотозон и инсталляций. Как уже было отмечено выше, естественная передача информации от человека к человеку, по мнению опрошенных предприятий, является основным каналом продвижения промышленного туризма. Во многом этому способствуют современные связи коммуникации и социальные сети. Востребованность визуальной информации создает благоприятные возможности для продвижения бренда, продукции и производственных экскурсий. Достижению этой цели способствует установка на территории предприятий фотозон и разнообразных инсталляций. Важно, чтобы их было несколько, креативно оформленных на достойном художественном уровне. Также важно периодически

их обновлять, создавать сезонные и тематические фотозоны и инсталляции, а также интегрировать данные объекты в экскурсионный маршрут через связь с сюжетами и образами местной истории, рабочим фольклором и т. п. Особое внимание данному вопросу следует уделять предприятиям, где производственные процессы являются закрытыми, и туристы не видят непосредственно работу, или существующими правилами фото- и видеосъемка ограничена. Помимо фотозон также популярностью пользуются фотографирование с реквизитом (таблички, маски, элементы костюма и т. п.), что уже используется, например, в музее «Лидского бровара», музее «Аливария», музее БЕЛАЗа.

Реализация сувенирной продукции и брендированных товаров является косвенным инструментом продвижения и рекламы, а также важным элементом туристической привлекательности и источником дополнительного дохода предприятия. Практика показывает, что оборот сувенирных магазинов, расположенных в точках, где заканчиваются экскурсии, в среднем на 30 % выше, чем в других точках с аналогичной продукцией¹²³. Поэтому предприятиям рекомендуется выстраивать маршрут таким образом, чтобы в завершении экскурсии гость имел возможность задержаться и совершить покупки в заводском магазине.

Туриста (экскурсанта) могут интересовать сувениры, товары с брендом предприятия и собственная производимая продукция. Туристический сувенир — это изделие, приобретаемое туристом (экскурсантом) на память о своем путешествии и вызывающее у него ассоциации с территорией пребывания, местной культурой и традициями, достопримечательностями, событиями, туристским маршрутом, объектами показа, проживания и питания¹²⁴. Брендированные товары (ручки, блокноты, одежда и т. п.) могут выступать в качестве сувенира, однако они не всегда являются туристическим сувениром в полном смысле данного термина. Мы бы хотели обратить внимание, несмотря на положительные примеры отдельных предприятий¹²⁵, на все еще недостаточную развитость туристического сувенира для промышленного туризма, то есть специально созданных изделий, которые бы ассоциировались с конкретным предприятием и его продукцией, промышленной террито-

¹²³Додонов, О.В. Международный опыт и перспективы развития промышленного туризма в Республике Беларусь / О.В. Додонов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. — Минск, 2023. — С. 178.

¹²⁴Шаталов, Г. Туристический сувенир / Г. Шаталов. — Киров, 2024. — С. 28.

¹²⁵В качестве примера можно упомянуть пазлы в виде реальных образцов ковров от компании «Витебские ковры», модели техники БЕЛАЗ, МТЗ, МАЗ и Гомсельмаш и др.

рией, отраслью. Это одно из актуальных направлений деятельности по привлечению посетителей и продвижению предприятия и его продукции.

Зачастую сувенирная и брендированная продукция представлена на отдельных полках фирменных магазинов (например, «ФанДОК», «Витебские ковры», ювелирный завод «Зорка» и др.) или в фойе предприятия (например, «Лидახлебопродукт», музей «Слуцкие пояса») с возможностью расчета в магазине/кафетерии. Вместе с тем в целях продвижения бренда важную роль играют отдельные магазины брендированной продукции (одежда, аксессуары, посуда и пр.), доступные для всех желающих в течение рабочего времени, в том числе онлайн. Торговлю брендованными товарами активно развивают БЕЛАЗ, МТЗ, МАЗ, Гомсельмаш, «Аливария», «Лидское пиво». В качестве примера отметим, что темп роста продаж мерча BELARUS TRACTORS в январе–сентябре составил 107 %, а за 9 месяцев с начала 2024 г. выручка от реализации сувенирной и другой брендированной продукции МТЗ превысила 320 тыс. руб.¹²⁶

2.4.2 Зарубежные рынки

Целевыми для продвижения промышленного туризма являются рынки соседних государств, а также государств, с которыми существует прямое авиасообщение, что делает Беларусь доступной для посещения с туристическими целями. Еще одним критерием целевого рынка является наличие сложившихся туристических потоков из данной страны в Беларусь.

Статистика туризма показывает, что список стран, граждане которых наиболее часто посещают Беларусь, фактически не меняется. В период до пандемии в 2019 г. и в 2023 г. мы видим основные рынки: Россия, Литва, Латвия, Германия, Китай¹²⁷. В рамках безвизового посещения Беларуси в 2022–2024 гг. лидировали Литва, Латвия и Польша. Также безвизовый въезд пользуется популярностью у туристов из Германии, Эстонии, Италии, Франции и Великобритании¹²⁸. До пандемии в конце 2019-го–начале 2020 г. среди стран, туристы из которых посещали Беларусь по безвизовому въезду, лидировали Германия, Италия, Польша, США, Великобритания; за ними следовали Франция, Латвия, Нидерланды, Швеция, Литва.

¹²⁶По информации, размещенной 08.10.2024 на официальном канале в Telegram BelarusTractors_official.

¹²⁷Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический буклет. — Минск, 2024. — С. 13.

¹²⁸Безвизовый въезд для граждан европейских стран продлен до конца 2025 года / Государственный пограничный комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <https://gpk.gov.by/news/gpk/164826/> (дата обращения: 13.12.2024).

Таким образом, не является случайным то, что в Национальной стратегии развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года целевыми рынками для продвижения промышленного туризма определены страны Европы и США¹²⁹. Здесь также следует учитывать традиции развития данного вида туризма в этих странах. С учетом совокупности иных факторов (прежде всего отсутствие прямых рейсов, политические и экономические ограничения) ряд указанных стран в настоящий момент находится в категории «потенциальный рынок», однако при изменении текущей ситуации они снова станут целевыми.

Среди европейских государств, которые можно отнести к потенциальным рынкам для продвижения промышленного туризма, следует назвать страны Скандинавии (Дания, Норвегия, Швеция) и Финляндия. Это страны с высоким уровнем дохода граждан и существующим интересом к промышленному туризму. До пандемии наблюдалась тенденция роста количества туристов из этих стран, и в 2018 г. было установлено прямое авиасообщение между Минском и Хельсинки.

Из неевропейских потенциальных рынков следует обратить внимание на Индию. Сегодня это самое крупное государство по численности населения и пятая экономика мира. В Азии Индия продемонстрировала самые быстрые темпы восстановления потока туристов за рубеж после пандемии. Всемирная туристская организация ООН (UNWTO) называет страну одним из трех самых быстрорастущих выездных рынков мира¹³⁰. С 2023 г. существует прямой рейс из Минска в Нью-Дели.

Благоприятным фактором является введение с 19 июля 2024 г. для граждан 35 государств безвизового порядка въезда в Беларусь, выезда из Беларуси через все автодорожные и железнодорожные международные пункты пропуска через Государственную границу Республики Беларусь по действительным документам для выезда за границу на срок временного пребывания на территории Беларуси не более 30 суток со дня въезда (для граждан Польши, Литвы, Латвии (а также лиц, имеющих статус негражданина Латвии) — не более 90 суток со дня въезда). Также сохраняется безвизовый порядок въезда через аэропорты в Республике Беларусь.

¹²⁹Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/news/.pdf> (дата обращения: 07.08.2024). — С. 9, 24, 38–39.

¹³⁰Выездной турпоток из Индии растет рекордными темпами после пандемии / RATA-news [Электронный ресурс]. — URL: <https://ratanews.ru/news/general/vyezdnoi-turpotok-iz-indii-rastet-rekordnymi-tempami-posle-pandemii> (дата обращения: 15.12.2024).

11 января 2025 г. вступило в силу Соглашение между Правительством Республики Беларусь и Правительством Российской Федерации о взаимном признании виз, что делает возможным посещение двух стран в рамках одного тура, включая потенциальные совместные белорусско-российские маршруты промышленного туризма.

Следует отметить, что продвижению промышленного туризма будет содействовать известность и популярность данного вида туризма в стране, где планируется проведение мероприятий по продвижению. Работу на иностранных рынках каждого отдельного предприятия целесообразно выстраивать исходя из географии поставок продукции, где известность бренда создает предпосылки для посещения предприятия в рамках общего тура в Беларусь.

Для продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на внешних рынках, большое значение, по нашему мнению, имеет их взаимодействие с национальными туроператорами, которые напрямую работают с иностранной дистрибуцией и продают туры, включающие посещение предприятий. Как уже отмечалось ранее, с учетом преимущественно организованного характера промышленного туризма в Беларуси и сложности для индивидуальных иностранных туристов в посещение предприятий, сотрудничество с туроператорами является основным инструментом продвижения. Представленные на зарубежных международных выставках региональными туристическими организациями информационные материалы о промышленном туризме носят общий ознакомительный характер, так как реализация производственной экскурсии на иностранных рынках фактически может быть только через белорусского туроператора. Некоторое исключение составляют рынки регионов Российской Федерации, где максимально широко представлена белорусская продукция различных отраслей, давно сложился позитивный бренд, не теряющий свою актуальность, а марка «Сделано в Беларуси» является гарантией качества среди потребителей. Все это создает благоприятные условия для продвижения, и потому предприятия имеют больше возможностей для работы в формате B2C (бизнес-клиент).

Продвижение потенциала промышленного туризма целесообразно проводить на следующих целевых и потенциальных зарубежных рынках: Россия (с учетом специфики регионов), Германия, Великобритания, страны Балтии (Литва, Латвия и Эстония), страны Скандинавии (Дания, Норвегия, Швеция) и Финляндия, США, Китай, Индия. Данный перечень включает в себя как рынки, с которыми можно работать в настоящий момент, так и те, работа с которыми имеет неизменный потенциал и станет возможной в определенной перспективе.

На рынках стран Балтии и России будут востребованы экскурсии на предприятия. На других рынках интерес представляют производственные экскурсии в совокупности с посещением объектов промышленного наследия, в том числе с акцентом на советский период в истории Беларуси.

Как показало настоящее исследование, на промышленных предприятиях основным языком проведения экскурсий является русский. Для приема иностранных туристов необходимы переводчики; на некоторых предприятиях экскурсии для зарубежных гостей проводят сотрудники службы внешнеэкономических связей, сбыта, маркетинга, протокола, в штате которых находятся сотрудники, владеющие английским или иными иностранными языками.

В настоящее время нелегко определить наиболее эффективные инструменты для продвижения своего продукта. В условиях динамично меняющихся отношений между странами на фоне логистических сложностей и общей экономической неопределенности чрезвычайно важно рационально направлять ресурсы на маркетинг, использовать коммерческие и некоммерческие инструменты продвижения¹³¹. Основными инструментами продвижения промышленного туризма на иностранных рынках для предприятий можно назвать следующие.

1. Участие в презентациях туристического потенциала Беларуси за рубежом (страновая презентация). Подобные мероприятия обычно организуются государственными органами, дипломатическими учреждениями, туристическими союзами. Презентации, как и воркшопы, целесообразно проводить в столицах и крупнейших городах страны, особенно, если существует прямое авиасообщение.

2. Участие в воркшопах (биржи контактов), которые могут проводиться как отдельные мероприятия, так и в комплексе с презентацией туристического потенциала страны и выставкой, что является наиболее рациональным решением. Воркшопы обычно имеют схожую структуру и проводятся следующим образом: емкая и непродолжительная презентация/круглый стол в начале мероприятия, работа экспонентов за столиками в формате коротких встреч (10–15 минут) с посетителями/покупателями (buyers) воркшопа, кофепауза/обед для продолжения делового общения в неформальной обстановке. В промежутках между встречами могут проходить презентации партнеров мероприятия. В интернет-пространстве отражается перечень экс-

¹³¹Морозов, Д.В. Актуальные инструменты продвижения туристического продукта / Д.В. Морозов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27 сент. 2024 г. — Минск, 2024. — С. 326.

понентов, обеспечивается возможность предварительной записи на определенное время для очной встречи с экспонентами в рамках самого воркшопа¹³².

3. Участие в основных туристических выставках в статусе экспонента (на собственном отдельном стенде) или созэкспонента (на общем национальном/региональном стенде с отдельной рабочей стойкой). Туристические выставки дают возможность проведения как встреч с компаниями, так и общения с прямыми клиентами. Чаще всего в первый день делается акцент на общении в формате «бизнес с бизнесом» (B2B), далее допускаются посетители, и работа ведется также в формате «бизнес с клиентом» (B2C). Туристические выставки и воркшопы проходят также в онлайн-формате, который помогает избежать расходов на командировки, позволяет получить актуальную контактную базу слушателей, а также запись выступления. Выставки также могут проводиться в онлайн формате, например, зимняя и летняя онлайн-выставка Online Travel Mart (OTM)¹³³.

Принимающим участие в воркшопах и презентациях целесообразно продумывать розыгрыши призов среди посетителей мероприятия. Весьма эффективно работают сессии вопросов-ответов после выступления с награждением призами правильно ответивших слушателей. О таких акциях следует информировать заранее с целью повышения внимания слушателей к презентациям¹³⁴.

4. Реклама в социальных сетях, которая, благодаря возможностям таргетинга, позволяет донести необходимую информацию о продукте, в том числе туристическом, напрямую потенциальным клиентам, исходя из установленных критериев. Естественно, что для этого необходимо наличие аккаунтов предприятия в различных социальных сетях и их активное наполнение.

Ключевая особенность продвижения заключается в использовании визуального представления (контента). Важно применять высококачественные фотографии и впечатляющие видеоролики, чтобы привлечь внимание потенциальных клиентов. Контент-маркетинг — создание и распространение качественного контента в виде блогов, статей, путеводителей, видеороликов и подкастов, которые информируют и вдохновляют пользователей на посещение различных туристических мест¹³⁵.

¹³²Там же. — С. 328.

¹³³Там же. — С. 329.

¹³⁴Там же.

¹³⁵Воронович, К.И. Современные инструменты продвижения туризма в сети Интернет / К.И. Воронович // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. — Минск, 2023. — С. 407–408.

5. Реклама в поисковых системах, прежде всего Google и Яндекс, а также работа с профилем (карточкой) компании на картах Google и Яндекс: актуализация общей информации (адрес, геолокация, контактные телефоны, время работы и пр.), размещение фотографий, работа с отзывами, которые оставляют пользователи. На российском рынке также актуальна работа с электронным справочником и картами 2ГИС. Отметим, что ряд данных инструментов для компаний является бесплатным, однако зачастую эти возможности игнорируются. Данные инструменты также являются полезными для продвижения на внутреннем рынке.

6. Организация и проведение информационно-ознакомительных экскурсий для представителей зарубежных туроператоров, СМИ, популярных блогеров и лидеров мнения (известные люди с большой аудиторией в социальных сетях, которые обладают высоким уровнем доверия). Данная работа может проводиться самостоятельно или в сотрудничестве с белорусскими принимающими туроператорами.

Для обмена опытом, привлечения внимания и продвижения на российском рынке предприятиям также можно рекомендовать участвовать в популярных туристических конкурсах, таких как «Russian Event Awards» (события в туризме), «Регионы туризма и гостеприимства» (включает промышленный туризм), «Маршрут года» и «Туристический сувенир». Белорусские компании могут участвовать в данных конкурсах и премиях с 2023 г.

Стоит отметить, что на каждом рынке есть своя специфика, свои наиболее популярные социальные сети, туристические выставки и т. п. В таблице 6 приводятся рекомендуемые инструменты продвижения, соответствующие определенным рынкам для достижения максимального эффекта.

Таблица 6. Инструменты продвижения на зарубежных рынках

Рынок	Инструменты продвижения				
	Презентация туристического потенциала Беларуси ¹³⁶	Воркшоп (биржа контактов) ¹³⁷	Туристическая выставка	Социальные сети	Поисковые системы и онлайн-карты
Россия	Москва Санкт-Петербург Екатеринбург Нижний Новгород Казань	Москва Санкт-Петербург Екатеринбург Нижний Новгород Казань	«Интурмаркет», МИТТ и «Отдых» в Москве	ВКонтакте TikTok Одноклассники Дзен	Яндекс 2ГИС
Германия	Берлин Кельн Мюнхен	Берлин Кельн Мюнхен	ITB в Берлине	Facebook Youtube Instagram X/Twitter	Google
Великобритания	Лондон	Лондон	World Travel Market (WTM) в Лондоне	Facebook Youtube Instagram X/Twitter	Google Bing
Страны Балтии (Литва, Латвия и Эстония)	Вильнюс Рига Таллинн	Вильнюс Рига Таллинн	Adventur в Вильнюсе, Balttour в Риге, TOUREST в Таллинне	Facebook Youtube Instagram	Google

¹³⁶Указаны рекомендуемые города для проведения презентаций.

¹³⁷Указаны рекомендуемые города для проведения воркшопа.

Инструменты продвижения					
Рынок	Презентация туристического потенциала Беларуси ¹³⁶	Воркшоп (биржа контактов) ¹³⁷	Туристическая выставка	Социальные сети	Поисковые системы и онлайн-карты
Страны Скандинавии (Дания, Норвегия, Швеция) и Финляндия	Копенгаген Осло Стокгольм Хельсинки	Копенгаген Осло Стокгольм Хельсинки	MATKA Nordic Travel Fair в Хельсинки	Facebook Youtube Instagram X/Twitter	Google
США	Нью-Йорк	Нью-Йорк	The New York Times Travel Show в Нью-Йорке	Facebook Youtube Instagram X/Twitter TikTok	Google Bing Yahoo
Китай	Пекин	Пекин	Пекинская международная выставка туризма и путешествий (COTTM), China Outbound Travel & Tourism Market в Пекине	WeChat Ozone QQ Kuaishou Youku	Baidu Google
Индия	Нью-Дели	Нью-Дели	Южноазиатская биржа путешествий и туризма (SATTE) в Нью-Дели	Instagram Facebook	Google

ГЛАВА 3 ОБЪЕКТЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

3.1 Объекты промышленного туризма Брестской области

ОАО «Жабинковский сахарный завод»¹³⁸



Место расположения: г. Жабинка, ул. Комсомольская.

Координаты: 52.186926, 23.977390.

Специализация и общая характеристика: производство сахара и побочных продуктов — меласса, свекловичный жом; завод перерабатывает 10 тыс. тонн сахарной свеклы, производя около 1300 тонн сахара в сутки.

¹³⁸ Фото взято с официального сайта предприятия.

Краткая история. В 1959 г. правительством БССР утверждено экономическое обоснование строительства сахарного завода в городском поселке Жабинка. В октябре 1960 г. заключен договор с Польской Народной Республикой на строительство завода. В 1963 г. завод введен в эксплуатацию. 1965 г. — начало переработки тростникового сахара-сырца. 30 декабря 1995 г. Жабинковский сахарный завод преобразован в Открытое акционерное общество «Жабинковский сахарный завод». В 1992–2000 гг. в рамках «Республиканской комплексной программы «САХАР» проектная мощность завода доведена до 4500 тонн переработки сахарной свеклы в сутки, обеспечив прирост мощности на 1400 тонн в сутки. В 2005 г. введена в эксплуатацию первая линия по расфасовке сахара-песка в бумажные пакеты по 1 кг. В 2009 г. завершено строительство жомосушильного отделения с грануляцией, новой станции фильтрации. В 2010 г. завершено строительство комплекса бестарного хранения сахара. В 2012 г. начата реконструкция предприятия с доведением мощности до 10 000 тонн сахарной свеклы в сутки к 2020 г. В 2013 г. введена в эксплуатацию фабрика фасованного сахара, расширен ассортимент фасованного сахара (0,9 кг, 2 кг). В 2016 г. начато производство сахара в бумажной упаковке 5 кг, 10 кг. В 2018 г. завершен этап реконструкции сокоочистительного отделения с доведением мощности завода до 9000 тонн/сутки. Введена в эксплуатацию третья диффузионная установка. В 2019 г. завершен этап реконструкции продуктового отделения с доведением мощности завода до 9500 тонн/сутки. В 2020 г. зарегистрирован товарный знак «Сахарный домик». В 2021 г. взято в аренду 1040 га сельхозугодий для возделывания собственной сахарной свеклы. Мощность завода доведена до 10 000 тонн/сутки. В 2022 г. произведено максимальное количество свекловичного сахара — 136 844,455 тонн¹³⁹.

Экскурсии на предприятии проводятся с октября 2024 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация, образцы формы заявки и договора на проведение экскурсии размещены на сайте предприятия в отдельном разделе: <https://sahar.by/product.php?id=361>

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по четвергам с 10:00 до 18:30.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 7 лет). Организованные группы от 15 до 30 человек. Индивидуальных экскурсий нет.

¹³⁹Жабинковский сахарный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://sahar.by/> (дата обращения: 01.10.2024).

Система продажи и бронирования экскурсий: согласование время посещение по телефону; заявка, список группы и справка направляются по электронной почте.

Стоимость и оплата¹⁴⁰: стоимость экскурсии составляет 15 руб. с чел. В стоимость включен подарок. Оплата по счету, в системе «Расчет» (ЕРИП) или через банк.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия начинается после прохождения инструктажа с посещения свеклопункта. Переезд (на транспорте группы) на производство, знакомство с процессом изготовления сахара. Посещение фабрики фасовки сахара. Вручение подарка. Продолжительность экскурсии составляет 1 час 20 минут. При проведении экскурсии используется усилитель голоса.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В кафе возможна организация питания для туристов	+	– Продукцию можно приобрести в кафе	Отсутствует	+

Контакты: +375 (29) 2036565, club@sahar.by

¹⁴⁰Здесь и далее стоимость приведена по состоянию на 30.09.2024.



Место расположения: г. Микашевичи, Лунинецкий район. Рядом находится железнодорожная станция Ситница на линии Калинковичи — Лунинец. Въезд на территорию предприятия осуществляется через КПП № 1 (со стороны Микашевичей).

Координаты: 52.210625, 27.413019 (КПП № 1).

Специализация и общая характеристика предприятия: Республиканское унитарное производственное предприятие «Гранит» является крупнейшим предприятием в Европе по добыче и переработке плотных горных пород, находится в государственной собственности и подчиняется Министерству архитектуры и строительства Республики Беларусь. Основная деятельность предприятия направлена на обеспечение строительной индустрии строительными материалами. Сырьем для переработки являются горные породы месторождения «Микашевичи».

Краткая история предприятия. История месторождения начинается с 1963 г., когда Южная белорусская экспедиция обнаружила большие запасы строительного камня и дала им название Микашевичский выступ. Месторождение строительного камня «Микашевичи» разрабатывается карьером

¹⁴¹ Фото взято из официальных социальных сетей предприятия.

«Микашевичи» с 1973 г. 21 октября 1973 г. был произведен первый взрыв мощностью не более двух тонн взрывчатого вещества (сейчас производятся взрывы до 100 тонн и более), но именно он возвестил о рождении крупнейшего карьера в Беларуси. В настоящее время карьер «Микашевичи» представляет собой самую большую открытую горную выработку в Центральной Европе. Карьер растянулся на 2760 м с запада на восток и на 1770 севера на юг и состоит из 4 вскрышных и 11 добычных уступов. Глубина карьерной выработки составляет 150 м.

29 декабря 1975 г. сдана первая очередь завода, в 1986 г. открыта четвертая технологическая линия. В 2008 г. введена в эксплуатацию линия по переработке щебня фракции 20–40 мм для получения кубовидного щебня и линия по переработке отсевов из материалов дробления с классификацией по 3 группам. С 2011 г. введена в строй пятая технологическая линия. С 2012 г. началась реализация инвестиционного проекта «Строительство горнообогатительного комбината на базе месторождения «Ситницкое».

На территории предприятия построено более 50 зданий и сооружений основных и вспомогательных цехов, гаражей, также здание столовой, здание здравпункта, прачечной спецодежды. Технологический процесс производства щебня и отсева сосредоточен в трех основных структурных подразделениях: карьер «Микашевичи» (Цех Буровзрывных работ и Цех Горный); автотранспортный парк; дробильно-сортировочный завод (пять цехов по переработке горной массы и производству щебня, один цех погрузки и два вспомогательных участка)¹⁴².

Смотровая площадка карьера «Микашевичи» размером более 100 метров оборудована навесом, где можно укрыться от солнца и дождя, наполнена разным технологическим оборудованием: шинами, частями дробилок, гидромолота и бурового станка, а также ковшами, негабаритами, гусеничным бульдозером «Четра», 27-тонным автомобилем БелАЗ, фронтальным погрузчиком БелАЗ и другим. Для безопасности смотровая площадка имеет двойное ограждение: сеточное и перильное. Рядом с ней расположена огражденная зона с умывальником и биотуалетами. Самостоятельное посещение смотровой площадки невозможно.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация, образцы формы заявки и договора на проведение экскурсии размещены на сайте предприятия в отдельном разделе: <https://granit.by/services/muzeum/>.

¹⁴²Гранит [Электронный ресурс]. — URL: <https://granit.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Время и режим посещения: со вторника по воскресенье с 10:00 до 12:00 и с 14:00 до 16:30; экскурсии не проводятся по понедельникам, в пятницу до обеда, в государственные праздники и праздничные дни.

Целевая аудитория: взрослые и дети; индивидуальные туристы (в составе сборной экскурсии) и организованные группы (от 5 до 40 чел.). Экскурсионные группы, в состав которых входят несовершеннолетние экскурсанты, принимаются при сопровождении совершеннолетних лиц — не менее 2 (двух) человек (руководитель группы и сопровождающее лицо) из расчета 1 (один) совершеннолетний на 10 (десять) несовершеннолетних.

Система продажи и бронирования экскурсий: ознакомительная экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи» и посещение музейной экспозиции», проводится без предварительной записи в следующие дни: вторник, среда, четверг, суббота с 10:00.

Бронирование даты и времени экскурсии на 14:00 (вторник, среда, четверг, пятница, суббота и воскресенье) группам юридических и физических лиц от пяти человек возможно с понедельника по воскресенье с 8:15 до 10:00 по телефонам +375 (1647) 43647 или +375 (44) 7831428 (для физических лиц) и с понедельника по четверг с 10:00 до 12:00 по телефону +375 (1647) 43647 (для юридических лиц), info@granit.by. Запись на экскурсию осуществляется за 7 дней до предполагаемой даты проведения экскурсий (при наличии свободных мест).

Стоимость и оплата.

Для физических лиц:

Посещение музейной экспозиции с экскурсионным обслуживанием (для взрослых) — 10,00 руб.

Посещение музейной экспозиции с экскурсионным обслуживанием (для обучающихся в образовательных учреждениях, детей с 7 до 16 лет) — 8,00 руб.

Групповая экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи» и историей предприятия» — 20,00 руб.

Групповая экскурсия «Знакомство с ландшафтом гранитного карьера «Микашевичи» — 40,00 руб.

Групповая экскурсия «Профессия машинист шагающего экскаватора ЭШ 11/70» — 60,00 руб.

Групповая экскурсия «Профессия машинист экскаватора карьерного горного ЭКГ-12 К» — 60,00 руб.

Индивидуальная автомобильная экскурсия «Прокатись на БелАЗе» — 300,00 руб.

Для юридических лиц:

Групповая экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи», историей предприятия, ландшафтом карьера (водопады)» — 60,00 руб.

Групповая экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи», историей предприятия, профессией машиниста шагающего экскаватора ЭШ 11/70» — 80,00 руб.

Групповая экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи», историей предприятия, профессией машиниста карьерного экскаватора ЭКГ-12К» — 80,00 руб.

Групповая экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи», историей предприятия» (проезд на транспорте заказчика, экскурсионные услуги осуществляются только для групп более 20 человек) — 25,00 руб.

Тариф на одного человека за 1 услугу. Оплата экскурсии может осуществляться как путем перечисления денежных средств на расчетный счет предприятия, указанный в заключенном Договоре экскурсионного обслуживания для юридических лиц, так и через систему «Расчет» (ЕРИП) для физических лиц.

Фото- и видеосъемка: по согласованию с представителем предприятия, на смотровой площадке фотографирование разрешено.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия «Знакомство с технологическим процессом работы гранитного карьера «Микашевичи» (без посещения водопадов) и историей предприятия» проводится без записи во вторник, среду, четверг и субботу с 10.00. Туристу необходимо прибыть на КПП № 1 РУПП «Гранит» к 9.50. Экскурсантов централизованно встречает экскурсовод. Продолжительность ознакомительной экскурсии составляет 1–1,5 часа.

После названной экскурсии для физических и юридических лиц с группами от 5 человек и до 30 человек в 14:00 доступна еще одна экскурсия на выбор:

Посещение музейной экспозиции с экскурсионным обслуживанием;

Экскурсия «Профессия машинист шагающего экскаватора ЭШ11/70» возможна только в субботу или воскресенье;

Экскурсия «Профессия машинист экскаватора карьерного горного ЭКГ-12К» возможна во вторник, среду и четверг;

Экскурсия «Знакомство с ландшафтом гранитного карьера «Микашевичи» возможна со вторника по воскресенье включительно.

Индивидуальная автомобильная экскурсия «Прокатись на БелАЗе» может проводиться со вторника по четверг включительно при наличии свободных мест.

Наличие событийных мероприятий: событийные экскурсии, приуроченные к корпоративным праздникам «День строителя», «День предприятия», государственным праздникам, праздничным дням и иными мероприятиям.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой при предприятии возможна организация питания туристов. Время обеда возможно с 13:00 до 14:00 или с 16:00 до 17:00. Способы оплаты обедов: наличные деньги и банковские карты	+ Также на смотровой площадке установлены биотуалеты	Сувенирную продукцию можно приобрести в музее предприятия	Возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	+

Контакты: +375 (1647) 43647, +375 (44) 7831428, info@granit.by

3.2 Объекты промышленного туризма Витебской области

ОАО «Витебские ковры»



Место расположения: г. Витебск, ул. М. Горького, 75.

Координаты: 55.173611, 30.149004.

Специализация и общая характеристика: крупнейший в Беларуси производитель и экспортер ковров и ковровых изделий.

Краткая история. ОАО «Витебские ковры» является правопреемником Витебского производственного коврового объединения им. 50-летия БССР и создано в феврале 1994 г. путем преобразования последнего в ОАО. Основано в 1947 г. на базе льнопрядильной фабрики «Двина», построенной в 1900 г. бельгийскими акционерами. Как свидетельствуют архивные документы, 15 ноября 1898 г. в одном из центров бельгийского предпринимательства, старом Генте, состоялось учредительное собрание будущих акционеров «Русско-бельгийского анонимного общества Витебской Льнопрядильной фабрики». Николай II издал указ 29 мая 1899 г., по которому предпринимателям предоставлялись широкие полномочия на строительство и эксплуатацию новой льнопрядильной фабрики. Возведение фабричных корпусов завершилось к исходу второго года подрядного договора, и 25 ноября (7 декабря по н. с.) 1900 г. предприятие выдало первые пуды льняной пряжи.

В 1941 г. многие рабочие и оборудование были эвакуированы на Алтай. В марте 1946 г. СНК СССР решил создать на базе льнопрядильно-ткацкой фабрики коврово-плюшевый комбинат. В августе рабочие приступили к монтажу оборудования, полученного по репарациям из Германии. В августе 1947 г. были выпущены первые метры ковровой дорожки «Букле» и плюша, а 5 ноября этого же года пущена первая очередь коврово-плюшевого комбината.

В 1957 г. осуществлены реконструкция и расширение производств. В 1976 г. началось строительство второй очереди комбината по выпуску прошивных ковровых изделий. В 1977 г. на комбинате освоен выпуск прошивных ковровых изделий с рельефным рисунком, в 1980 г. выдал первую продукцию цех по выпуску изделий способом печати. В этом же году закончилось строительство мастерской по изготовлению шаблонов для печатного цеха.

В феврале 1994 г. Витебское производственное ковровое объединение преобразовано в открытое акционерное общество «Витебские ковры». Приоритетным направлением выбрано развитие двухполотного ковроткачества на современных ткацких станках с электронной жаккардовой машиной. Осуществляется постоянное обновление оборудования, расширяющие производственные возможности предприятия.

В 2011–2015 гг. вводятся в эксплуатацию современные ковроткацкие станки, включая новую печатную установку «Хромоджет» фирмы «Zimmer» — самый масштабный и дорогостоящий инвестиционный проект, включенный в программу инновационного развития Республики Беларусь. Организовано собственное производство и начат выпуск картонных гильз для упаковки ковровых покрытий. В рамках реализации проекта Государственной программы инновационного развития Республики Беларусь с целью производства импортозамещающей продукции начато строительство нового производственного корпуса под размещение участка по производству полипропиленовой нити. В 2018 г. выработано 23,0 млн м² ковровых покрытий и изделий, что является максимальным выпуском за всю историю деятельности предприятия¹⁴³.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): отдельного раздела нет, Положение об организации экскурсий размещено в разделе «О компании — Услуги»: <http://vitcarpet.com/company/service/>

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в рабочие дни со вторника по пятницу с 8:15 до 16:45. Экскурсии в выходные дни по согласованию.

¹⁴³Витебские ковры [Электронный ресурс]. — URL: <http://vitcarpet.com/> (дата обращения: 23.09.2024).

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет). Организованные группы от 10 до 25 человек. Возможен прием большого количества с разделением группы. Индивидуальных экскурсий нет. Для детских групп необходимо наличие не менее одного и не более трех взрослых сопровождающих.

Система продажи и бронирования экскурсий: согласование даты и время осуществляется по телефону не менее чем за 5 рабочих дней до предполагаемой даты экскурсии. Заявка направляется по электронной почте с указанием списка группы. Образцы представлены в Положении.

Стоимость и оплата: оплата осуществляется на основании договора по безналичному расчету. Также возможна оплата наличными и банковской картой в кассе предприятия. Стоимость экскурсии составляет с человека 15 руб. (с подарком), 8 руб. (без подарка).

Фото- и видеосъемка: фотографирование и видеосъемка разрешены в выставочном зале, на производстве не разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия начинается с прохождения инструктажа по правилам безопасности и поведению. Экскурсионный маршрут включает в себя выставочный зал, ткацкий цех, прядильный цех и другие объекты. Продолжительность составляет 1,5 часа. В перспективе планируется закупка системы «радиогид». Разрабатывается проведение мастер-классов. Постоянно обновляется сувенирная продукция.

Наличие событийных мероприятий: День открытых дверей.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для группы в столовой предприятия	+	Продукцию предприятия и сувениры можно приобрести в фирменном магазине. В планах открытие отдельной сувенирной лавки	Отсутствует	Выставочный зал с экспонатами по истории предприятия и продукцией

Контакты: +375 (212) 374679, +375 (212) 374690, priemnaya@vitcarpet.com

ООО «Двинский бровар»



Место расположения: г. Витебск, ул. Ильинского, 25а.

Координаты: 55.200875, 30.197003.

Специализация и общая характеристика: производство пива и дистиллята.

Краткая история. Витебский пивзавод был основан на берегу Западной Двины на 3-й Верхне-Набережной улице (ныне ул. Ильинского) в 1875 г. купцом Гоziасом Рубиновичем Левинсоном и получил название «Бавария». В начале XX в. на заводе работало около 30 человек. В 1906 г. завод был переоснащен и расширен. В 1913 г. Левинсон с компаньонами на базе пивзавода учредил АО «Левенброй», позаимствовав название у известной мюнхенской пивоварни «Löwenbräu». Предприятие выпускало 330 тыс. ведер (~4 млн литров) пива в год. В 1914 г. завод был перепрофилирован в хлебопекарню и сахаросушильню, с 1917 г. выпускал шипучие воды.

В 1920 г. завод национализирован и именовался Первым Государственным заводом по переработке пищевых продуктов Главного управления чайной, кофейной и цикорной промышленности (Чаетуправление) ВСНХ РСФСР. В 1921 г. на заводе восстановлено пивоваренное производство с дооборудованием цеха по производству суррогата кофе (действовал до октября 1924 г.). В феврале 1924 г. переименован в Государственный пивоваренный

завод им. А. Бебеля. 6 октября 1925 г. переименован во 2-й Государственный пивоваренный завод им. А. Бебеля. В первые советские годы предприятие стало одним из лучших в стране в своей отрасли, позже неоднократно получало медали на ВДНХ в Москве.

С этим связана история написания одного из стихотворений Владимира Маяковского. Он посетил Витебск в 1927 г. После выступления в театре поэт отправился гулять по городу. На улице Гоголевской (ныне Ленина) Маяковский обратил внимание на вывеску с изображением раков, кружки пива и надписью: "Завод им. Бебеля". Ему показалось неуместным «сочетание» имени общественно-политического деятеля с пенным напитком. Так родилось сатирическое стихотворение «Пиво и социализм» (первоначальное название «Витебские мысли»).

Во время Великой Отечественной войны предприятие было эвакуировано в Пензенскую область. Работы по восстановлению начаты в июле 1944 г. Выпуск первой продукции осуществлен 1 июня 1945 г. В послевоенный период именовался как Витебский пивоваренный завод (Витебский пивзавод) Белорусского республиканского треста бродильной промышленности (Белбродтреста). В 1976–1978 гг. произведена реконструкция варочного и бродильно-лагерного участков, благодаря чему увеличилась производительность завода. В 1976 г. Витебский пивоваренный завод становится главным предприятием ПО пищевой промышленности «Витебскпищепром». В конце 1980-х на заводе было 4 участка, выпускавших 7 сортов пива, 5 наименований безалкогольных напитков и хлебный квас.

В конце 1990-х экономическое положение предприятия сильно ухудшилось, следствием чего стали массовые сокращения рабочих, уменьшение объемов производства. Оборудование завода было сильно изношено. Пивоваренное предприятие компании «Марко» ООО «Двинский Бровар» начинает свою историю с 2004 г., когда началось строительство нового производства. Мощности обанкротившегося пивоваренного завода вошли в это предприятие. Уже через год в 2005 г. на рынок вышло пиво «Николаевское».

В 2005 г. в Витебск из немецкого города Монхайм была полностью перенесена пивоварня, включая здания, оборудование и немецких специалистов. То есть пивзавод мощностью 2 млн дал был полностью построен в Германии и только после этого перенесен в Витебск¹⁴⁴.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2016 г.

¹⁴⁴Двинский бровар [Электронный ресурс]. — URL: <https://dbrovar.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): отдельный раздел отсутствует, но на главной странице сайта есть упоминание, что на предприятии проводятся экскурсии.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в выходные дни (суббота и воскресенье) с 8:00 до 17:00. Проведение экскурсии в рабочие дни по согласованию.

Целевая аудитория: взрослые. Индивидуальные туристы могут посетить в рамках сборных групп. Организованные группы от 20 до 45 человек. Отдельно детские группы не принимаются. Дети могут быть в составе общей туристической группы вместе со взрослыми.

Система продажи и бронирования экскурсий: согласование времени проведения и бронирование по телефону.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии, включая дегустацию, составляет с человека 24 руб. (взрослые), 12 руб. (дети, на дегустации представлен квас). Оплата по счету для юридических лиц; для физических лиц возможна оплата наличными и банковскими карточками в фирменном магазине.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия знакомит с историей предприятия, производственными помещениями и процессом приготовления пива. Дегустация проходит на производстве и включает 4 сорта пива и квас. Продолжительность составляет от 1 до 1,5 часа.

Наличие событийных мероприятий: до пандемии COVID-19 проводился фестиваль крафтового пива Brovar Day; последний состоялся в 2019 г.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, небольшая парковка возле предприятия. Возможно размещение автобуса на территории	Отсутствуют	+	Фирменный магазин есть. Сувенирной продукции нет, в планах есть выпуск	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (44) 5212455, info.dbrovar@gmail.com

Производственное унитарное предприятие «Полоцкие напитки и концентраты»



Место расположения: г. Полоцк, ул. Пролетарская, 8.

Координаты: 55.510113, 28.749588.

Специализация и общая характеристика: специализируется на производстве солодово-зерновой продукции — концентрате кислого сусли, солодовых экстрактах, а также светлого и темного пива. Основными потребителями являются организации хлебопекарной и кондитерской промышленности, производители квасов, мини пивоварни и др. Предприятие имеет в своем составе магазины фирменной торговли под брендом «Полоцкое пиво» с полным ассортиментом производимой продукции.

Краткая история. Предприятие ведет свою историю с 1972 г., когда «Полоцкий пивоваренный завод» выпустил свое первое пиво. В 1988 г. установлена линия розлива минеральной воды, производительностью 6 тыс. бут/час, оборудовано отделение по приготовлению минеральной воды. В мае-июне освоено производство минеральной воды «Новополоцкая». В 2003 г. путем преобразования Унитарного дочернего предприятия «Полоцкий пивоваренный завод» Витебского областного унитарного предприятия пищевой промышленности «Витебскпищепром» решением Витебского облисполкома создано ОАО «Полоцкое пиво». В 2006 г. решением

Минского горисполкома ОАО «Полоцкое пиво» присоединено к ОАО «Криница» в качестве филиала.

В 2007–2009 гг. организован выпуск концентрата квасного сусла. В июне 2012 г. в целях развития материально-технической базы по производству специальных сортов солода имущественный комплекс филиала «Полоцкое пиво» ОАО «Криница» безвозмездно передан ОАО «Белсолод». В 2014 г. принято решение о создании на базе филиала «Полоцкое пиво» ОАО «Белсолод» производственного унитарного предприятия «Полоцкие напитки и концентраты». В 2014 г. освоен выпуск экстрактов солодовых¹⁴⁵.

В 2016 г. предприятие начало развивать промышленный туризм. В здании завода открыт первый фирменный магазин «Полоцкое пиво».

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов представлены в отдельном разделе сайта предприятия: <https://www.napitkipol.by/promyshlennyj-turizm/>.

Время и режим посещения: проведение экскурсии возможно в любой день по согласованию.

Целевая аудитория: взрослые, индивидуальные туристы и в составе организованных групп (до 50 человек).

Система продажи и бронирования экскурсий: по телефону и электронной почте.

Стоимость и оплата: в период с понедельника по пятницу — 22 руб., в субботу и воскресенье (для групп от 15 чел.) — 25 руб. Оплата по безналичному расчету и в кассе магазина.

Фото- и видеосъемка: на производстве не разрешается; только у фотозоны.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия по предприятию начинается с инструктажа, затем гости посещают варочный цех, бродильно-лагерное отделение и узел углубленной водоподготовки. Дегустация проходит в специальном зале и включает 3 сорта полоцкого живого пива с закусками. Гости заполняют дегустационную карту, которая затем анализируется сотрудниками предприятия.

Общая продолжительность составляет 1,5–2 часа. Экскурсовод использует усилитель голоса во время экскурсии на производстве. В планах предприятия создание музея, расширение ассортимента сувенирной продукции и включение в экскурсию интерактивных форм взаимодействия с посетителями (розыгрыш, викторина и т. п.).

¹⁴⁵Полоцкие напитки и концентраты [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.napitkipol.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Наличие событийных мероприятий: в июле 2024 г. в рамках празднования Дня города проводился фестиваль полоцкого пива.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Отсутствуют	+	+ Сувенирная продукция представлена в фирменном магазине	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (33) 3998849; +375 (214) 438800, kom@napitkipol.by

ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»¹⁴⁶



Место расположения: Витебская обл., Верхнедвинский р-н., п/о Боровка, д. Янино, ул. Партизанская, д. 1.

Координаты: 55.801558, 27.948991.

Специализация и общая характеристика: входит в топ-20 крупнейших молочных компаний Беларуси. Ежедневно здесь производятся 24 тонны сыра, 6 тонн масла и 10 тонн сухой сыворотки. Налажено безотходное производство: сливки отделяются от молока и идут на производство масла, из молока делают сыр, а сыворотка высушивается и продается на экспорт. Торговые марки сыров «Ян Сыродел» и «Альгерд» знают за пределами Беларуси — за рубеж отправляется 80 % продукции. Львиная доля — в Россию. Кроме того, в Сербию, Польшу, Литву, Азербайджан, Узбекистан. Практически вся сухая деминерализованная сыворотка уходит в Китай.

Краткая история. В 1932 г. в городе Дрисса (именно так до декабря 1962 г. назывался Верхнедвинск) был создан Дриссенский маслодельно-сыродельный завод. Основной специализацией завода было производство двух видов сыров. Наряду с главным цехом также существовали сепараторное отделение в деревне Бигосово, отделение по производству масла в деревне Бор-

¹⁴⁶Фото взято из официальных соцсетей предприятия.

ковичи и отделение в деревне Волынцы, где производили масло и сыр. Вся работа на заводе и в его деревенских отделениях выполнялась практически вручную. Правда, иногда применялась и «малая» механизация. Например, в Волынцах масло изготавливали в сбойке приводом, который в движение приводила лошадь.

28 марта 1964 г. началась новая веха в истории Верхнедвинского масло-сырзавода. Маслодельно-сыродельный завод заработал в деревне Янино. В первый год работы предприятия численность работающих на нем составляла около полусотни человек. Уже в первый год работы было выработано 624 тонны масла, 259 тонн жирного твердого сыра и 369 тонн цельномолочной продукции. Основной специализацией предприятия стало производство твердых сычужных сыров. В то время их выпускалось только два вида.

Не прошло и года, как на предприятии развернули первую реконструкцию, а через шесть лет — еще одну. В 1965 и 1971 гг. были проведены работы по увеличению производственных мощностей. Начиная с 1970-х, до распада СССР сыр экспортировался в Германскую Демократическую Республику и на Кубу.

В 1987 г. смонтирован и пущен в эксплуатацию подвесной конвейер для транспортировки сыра в сырохранилище, что способствовало значительному облегчению труда рабочих сыродельного участка. Трудно представить, но до этого рабочим приходилось перевозить в смену по 8 тонн сыра. В общем объеме производства в 1980-е годы его удельный вес превышал 60 %. Еще одним важным видом продукции для предприятия стало производство масла. До 1997 г. масло производилось только в монолите по 20 килограммов. А с 1997 г. было освоено производство масла фасованного. В 1999 г. верхнедвинцы освоили выпуск любимого многими шоколадного масла.

Попутно с маслом и сыром на заводе производили цельномолочную и кисломолочную продукцию. В 1990-е объем их производства значительно возрос, расширился и ассортимент. Это стало возможным благодаря обновлению оборудования, установке новых линий по упаковке. На протяжении многих лет на заводе из сыворотки вырабатывали молочный сахар — ценный и стратегически важный продукт молокопереработки. На него выдавался огромный государственный заказ, так как молочный сахар использовался в фармацевтической промышленности. Основным потребителем молочного сахара тогда был Красноярский завод медицинских препаратов. С распадом Советского Союза оборвались производственные связи, и выпуск этой продукции прекратился.

С 31 декабря 1998 г. государственное предприятие «Верхнедвинский маслодельно-сыродельный завод» решением Витебского областного

исполнительного комитета преобразовано в открытое акционерное общество «Верхнедвинский маслосырзавод», производственная деятельность которого ориентирована на закупку и переработку молока с массовым выпуском молочных продуктов питания.

В январе 2005 г. зарегистрированы торговые марки «Ян-сыродел» и «Ульянка». В 2006 г. началось строительство здания цеха, а чуть позже — монтаж автоматизированной линии по производству сыров перерабатывающей мощностью 180 тонн молока в сутки. Уникальность технологической новинки заключалась в том, что весь процесс производства сыра закрыт и автоматизирован. Введенный в строй цех смело можно назвать новым заводом. Производственные мощности увеличились втрое, а ассортимент продукции расширился вдвое. Верхнедвинский маслосырзавод получил возможность выпускать сыры российской группы, а до этого производил только группу голландских сыров. На предприятии ежедневно в смену стали перерабатывать 180 тонн молока и производить до 18 тонн сыров в сутки.

В 2011 г. получен сертификат качества Евросоюза, а также воплотился в жизнь еще один важный инвестпроект — выпуск сухой деминерализованной сыворотки. Очередным этапом инновационного развития Верхнедвинского маслосырзавода стал запуск цеха по выпуску сыворотки сухой подсырной и казеиновой с разной степенью деминерализации. Несмотря на то что спектр ее применения в пищевой промышленности достаточно широк, такого производства в Беларуси еще не было. В октябре 2013 г. реализован еще один инвестиционный проект — «Реконструкция цеха по производству масла». На месте старого маслоцеха вырос новый.

В 2020 г. Верхнедвинский маслосырзавод стал головным предприятием Верхнедвинского агропромышленного объединения, в составе которого 8 сельхозпредприятий и местный райагросервис¹⁴⁷.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов представлены в отдельном разделе сайта предприятия: <https://yancheese.by/proizvodstvennyj-turizm.html>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по субботам в первой половине дня.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 6 лет). Организованные группы в количестве от 10 до 40 человек. Возможно присоединение индивидуальных туристов.

¹⁴⁷Верхнедвинский маслосырзавод [Электронный ресурс]. — URL: <https://yancheese.by/> (дата обращения: 23.08.2024).

Система продажи и бронирования экскурсий: дата и время проведения экскурсии согласовываются не менее чем за 5 рабочих дней. Запись по телефону, прием заявок по электронной почте.

Стоимость и оплата: цена на одного человека 21 руб. с общей дегустацией и подарком. Для граждан России — 800 RUB. Оплата экскурсии возможна как безналичным платежом (банковская платежная карточка, оплата через ЕРИП/ЕPOS), так и наличными в кассу предприятия.

Фото- и видеосъемка: разрешается, также имеются фотозоны.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия по предприятию позволяет проследить все этапы производства сыра, от приемки молока, до цехов упаковки. Знакомство с производственным процессом проходит в стеклянной галерее. Дегустация проходит в специальном зале, где могут быть представлены до 20 видов сыров. Вручение подарков. Продолжительность составляет около 1,5 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Придорожное кафе «Со вкусом». Верхнедвинский район, деревня Янино, улица Верхнедвинская 23а, автодорога Р-117, км 43 (право)	+	Фирменный магазин находится рядом с кафе	Безбарьерная среда отсутствует. Возможно проведение экскурсий для людей с нарушениями слуха	Отсутствует

Контакты: +375 (33) 3073237, +375 (2151) 63210, vmsz@yancheese.by

ОАО «Полоцк-Стекловолокно»



Место расположения: г. Полоцк, ул. Строительная, 30.

Координаты: 55.461450, 28.722124.

Специализация и общая характеристика: производитель стекловолокна и продукции на его основе (стекловолокно, ровинги, стеклонити, электроизоляционные и конструкционные стеклоткани, строительные стеклоткани и стеклосетки, кремнеземные материалы и др.).

Краткая история. 27 ноября 1958 г. началась история одного из ведущих предприятий химической отрасли нашей страны. В январе 1965 г. вторая очередь завода, имеющая полный производственный цикл, от выработки стекловолокна до переработки его в ткань, была сдана в эксплуатацию. В декабре 1967 г. на заводе выпущена первая партия товаров народного потребления из стеклопластика — 300 пятизвенных удилиц. В 1979 г. в Министерстве химической и нефтеперерабатывающей промышленности СССР подписаны документы с американской фирмой «ТБА Бишоп ЛТД» на проектирование одностадийного производства в Кстах. 21 сентября 1981 г. подписан приказ Совета Министров СССР, согласно которому 29 сентября создано Полоцкое производственное объединение «Стекловолокно». 30 декабря 1982 г. принят в эксплуатацию первый комплекс завода текстильного стекловолокна. 21 апреля 1984 г. состоялся

пуск стекловаренной печи одностадийной переработки стекловолокна, а уже 15 мая 1984 г. получена первая продукция в цехе одностадийной выработки стекловолокна, принят в эксплуатацию второй комплекс. 22 октября выпущен миллионный метр стеклоткани. В феврале 1989 г. построено собственное производство стеклошариков, принят в эксплуатацию третий комплекс. В октябре 1998 г. запущена печь по производству одностадийного стекловолокна для кремнеземных материалов — одного из самых перспективных направлений деятельности предприятия и на сегодняшний день. 30 января 2003 г. РУП «Полоцкое ПО «Стекловолокно» преобразовано в ОАО «Полоцк-Стекловолокно». 2010 г. — запуск новой стекловаренной печи мощностью 15 тыс. тонн стекловолокна в год. В октябре 2011 г. выпущен 3-миллиардный метр стеклоткани. По итогам 2013 г. ОАО «Полоцк-Стекловолокно» достигло рекордного показателя по географии поставок продукции с момента основания предприятия — 50 стран мира. В 2014 г. предприятие приступило к производству новой продукции — базальтового волокна и продукции на его основе (ровинги, рубленое волокно, ткани, теплоизоляционный материал). Сырьем являются горные породы базальтовой группы. В 2020 г. в цехе № 12 введена в эксплуатацию стекловаренная печь № 10, предназначенная для получения непрерывного базальтового волокна, которое используется в композитной промышленности¹⁴⁸.

19 октября 2024 г. состоялись первые экскурсии для туристов на коммерческой основе.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: проведение экскурсии по предварительному согласованию.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 8 класса); организованные группы от 5 до 50 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: предварительное согласование даты, времени и иных организационных вопросов по телефону, после чего направляется письменная заявка.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 7,84 руб. за одного человека; оплата по безналичному расчету согласно счету, также возможна оплата через систему «Расчет» (ЕРИП).

Фото- и видеосъемка: запрещена на производстве; по согласованию в определенных местах.

¹⁴⁸Полоцк-Стекловолокно [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.polotsk-psv.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: программа экскурсии включает в себя посещение музея и производственных цехов. Экскурсанты знакомятся с историей предприятия, выпускаемой продукцией, технологическими особенностями производства стекловолокна. Продолжительность экскурсии составляет примерно 1,5 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов	+	+	Отсутствует	+

Контакты: +375 (29) 2202566

РУПТП «Оршанский льнокомбинат»



Место расположения: г. Орша, ул. Молодежная, 3.

Координаты: 54.48958, 30.39548.

Специализация и общая характеристика: крупнейший производитель льняных тканей и изделий из льна в России, странах СНГ и Европы. Доля экспорта продукции в общем объеме производства составляет более 80 %. Продукция под торговой маркой «Беларускі лен» экспортируется более чем в 40 стран мира.

Краткая история. 1930 г. — выпущена первая продукция на только что построенной льночесальной фабрике. 1937 г. — вступили в строй цеха основных производств первой очереди льнокомбината — прядильного, ткацкого, отделочного. Открыта школа ФЗУ для подготовки квалифицированных кадров. 28 июля 1944 г. — издан приказ Народного комиссариата текстильной промышленности № 553 о начале восстановительных работ после разрушений в годы Великой Отечественной войны. 1946 г. — выработан первый послевоенный миллион квадратных метров льняных тканей. 1951 г. — выпуск тканей в два раза превзошел уровень 1940 года. 1961 г. — вступила в строй действующих вторая очередь льнокомбината. В Беларуси началось производство льняных тканей бытового назначения. Освоено жаккардовое ткачество. Открыта художественная мастерская, где начали работать десинаторы, канвисты, художники, колористы — создатели будущего ассортимента. 1 июня 1966 г. — Оршанский льнокомбинат удостоен наивысшей награды страны — ордена Ленина. 1970 г. — в ткацком цехе второй очере-

ди выработан миллиардный метр ткани за послевоенный период. 1973 г. — к льнокомбинату присоединена льнопрядильная фабрика «Днепр». 1982 г. — выработан двухмиллиардный метр льняной ткани.

1991 г. — началось строительство отделочной фабрики. 1994 г. — выработан трехмиллиардный метр льняной ткани. 2000 г. — предприятие сменило статус и стало Республиканским унитарным производственно-торговым предприятием «Оршанский льнокомбинат». Завершено строительство отделочной фабрики. 2008 г. — начинается масштабное техперевооружение производства — строительство нового цеха по производству котольна на фабрике № 1 и модернизация прядильно-приготовительного цеха на фабрике № 2. 2009 г. — в крупных городах Беларуси открываются специализированные магазины и фирменные секции по продаже льняной продукции, магазины-склады оптовой торговли. 10 октября 2010 г. — к этой дате, накануне 80-летия льнокомбината, выработано 3,5 млрд квадратных метров готовых тканей. 2011 г. — начинается реконструкция фабрики № 3. 1 сентября 2011 г. — создана швейная фабрика по производству готовой льняной одежды и продукции домашнего текстиля. 30 декабря 2011 г. РУПТП «Оршанский льнокомбинат» зарегистрирован в качестве резидента свободной экономической зоны «Витебск».

2014 г. — закончился первый этап очередного техперевооружения — реконструкция фабрики № 3 с расширением производственных площадей ткацкого и прядильно-приготовительного цехов. Производственные мощности обновлены на 80 %. 2015–2017 гг. — второй этап модернизации, направленный на обновление производственных мощностей фабрики № 2. 1 февраля 2023 г. — открытие Швейной фабрики № 2 по производству одежды и домашнего текстиля¹⁴⁹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация, образцы формы заявки и договора на проведение экскурсии размещены на сайте предприятия в отдельном разделе: <https://linenmill.by/promyshlennyj-turizm/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в рабочие дни с понедельника по четверг, начало экскурсии в 11.00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (старше 10 лет). Экскурсионная группа должна состоять из не менее 10 и не более 20 человек, без учета руководителя экскурсионной группы и сопровождающих лиц. Для экскурсионных групп, состоящих из лиц от 10 до 18 лет, обязательно наличие не менее двух и не более четырех совершеннолетних сопровождающих.

¹⁴⁹Оршанский льнокомбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://linenmill.by/> (дата обращения: 15.09.2024).

Система продажи и бронирования экскурсий: для проведения экскурсии инициатором направляется письмо (заявка) по форме согласно установленной форме с указанием желаемой даты проведения экскурсии, количества человек, краткой характеристикой состава группы (учащиеся, представители предприятий, организаций и т. д.) и списка с указанием фамилий, имен и отчеств, даты рождения участников экскурсии, руководителя группы и сопровождающих лиц по установленной форме. Дата и время проведения экскурсии согласовывается не менее чем за 5 рабочих дней до планируемой даты проведения экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии на одного человека составляет 6,00 руб. для взрослых и 5,40 руб. для детей (от 10 до 18 лет). С руководителя и (или) сопровождающего экскурсионной группы, состоящей из лиц от 10 лет до 18 лет, плата за экскурсию не взимается (если иное не предусмотрено договором).

Фото- и видеосъемка: экскурсантам разрешено проносить на экскурсию мобильные телефоны, фото- и видеоаппаратуру и проводить фото- и видеосъемку по согласованию с лицом, ответственным за проведение экскурсии на предприятии.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: длительность экскурсии ориентировочно 1 час 30 минут. Экскурсия начинается со встречи группы в фойе предприятия, где происходит оформление документов и проводится инструктаж по охране труда и пожарной безопасности. Затем группа знакомится с историей предприятия во время прохода по территории. Посещение фабрики № 2 — обзорная экскурсия по фабрике, ознакомление с производственными и технологическими процессами.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, небольшая парковка возле предприятия	Возможна организация питания для группы. Столовая № 5 и кафе предприятия находятся по адресу: г. Орша, ул. 3. Космодемьянской, 7/2	+	Расположен по адресу: г. Орша, ул. Советская, 29Б	Отсутствует. К экскурсии не допускаются лица с ограничениями жизнедеятельности	—

Контакты: +375 (29) 2156532, info@linenmill.by



Место расположения: Витебская обл., Толочинский р-н, Кохановский сельсовет, д. Богдановка (Кохановский с/с, 45, восточнее д. Богдановка).

Координаты: 54.451209, 30.022740.

Специализация и общая характеристика: единственный в Республике Беларусь производитель одноковшовых гидравлических экскаваторов на гусеничном и колесном ходу, а также траншеекопателей. Завод также производит бульдозеры, телескопические погрузчики, очистители каналов и косилки. Техника предприятия работает на территории России, Украины, Грузии, Казахстана, Молдовы, Литвы, Эстонии, Южной Америки.

Краткая история. 5 июля 1974 г. для производства и капитального ремонта землеройных и дорожно-строительных машин в г. п. Коханово, Витебской области, было образовано предприятие «Экскаваторно-ремонтные мастерские», которое в 1981 г. было присоединено к ПО «Стройиндустрия» в качестве цеха. 24 сентября 1991 г. по решению Совета Министров БССР предприятие получило самостоятельность и стало «Белорусским экскаваторным заводом» («Белэкс»). В 1997 г. государственное предприятие преобразовано в ОАО «Кохановский экскаваторный завод». Предприятие стало частью ОАО «АМКОДОР» в декабре 2013 г., когда управляющая компания холдинга

¹⁵⁰На момент проведения исследования предприятие не проводило экскурсии на коммерческой основе, однако соответствующая подготовительная работа уже проводилась. Предприятие готово к приему туристов.

приобрела 91,85 % акций ОАО «Кохановский экскаваторный завод». Включение завода в состав холдинга ознаменовало новый этап в деятельности предприятия. После вступления в состав холдинга завод был переименован в ОАО «Амкодор-КЭЗ». В 2017 г. на предприятии запущена полномасштабная модернизация, завершившаяся в 2022 г.¹⁵¹

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: по согласованию.

Целевая аудитория: учащиеся и взрослые.

Система продажи и бронирования экскурсий: письменная заявка с указанием списка группы, медицинская справка.

Стоимость и оплата: на момент проведения исследования экскурсии организовывались только для делегаций и для учащихся в целях профориентации.

Фото- и видеосъемка: по согласованию с экскурсоводом в разрешенных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия начинается с прохождения инструктажа по технике безопасности. Посещение двух цехов для ознакомления с поэтапным производством техники. Посещение выставочной площадки техники с возможностью побывать в кабинах. Викторина (вручение фирменных сувениров за правильные ответы). Продолжительность экскурсии по территории завода — 40 минут. Экскурсовод использует усилитель голоса. Есть опыт проведения техно-шоу.

Наличие событийных мероприятий: различные внутренние мероприятия для сотрудников, членов их семей, приглашенных гостей.

Инфраструктура:

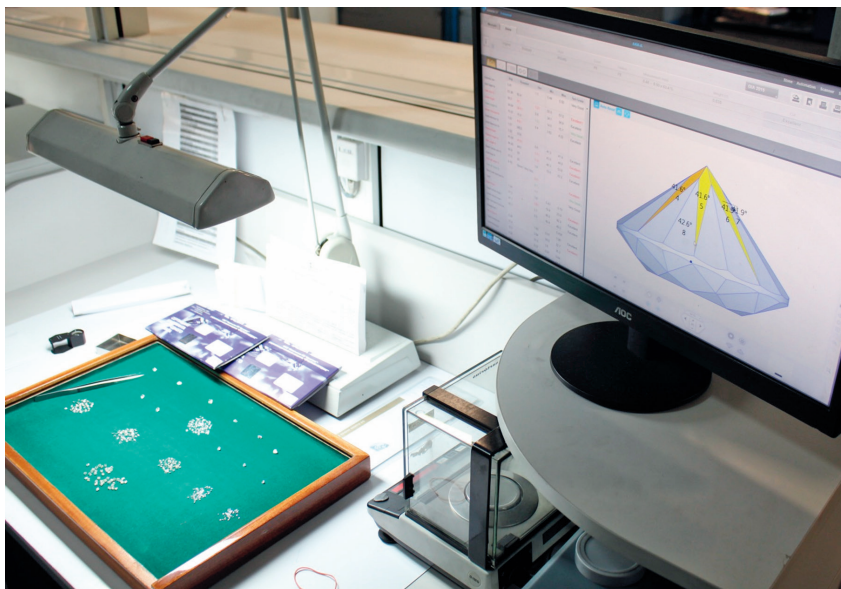
Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможность организовать питание на предприятии отсутствует. Недалеко находится придорожное кафе «Хуторок» у трассы М1	+	Фирменного магазина нет, сувенирная продукция есть	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	–

Контакты: + 375 (2136) 23585, office_kez@tut.by

¹⁵¹ Амкодор-КЭЗ [Электронный ресурс]. — URL: <https://amkodor-kez.by> (дата обращения: 16.08.2024).

3.3 Объекты промышленного туризма Гомельской области

ОАО «Гомельское ПО «Кристалл»



Место расположения: , г. Гомель, ул. Черниговская, 22Б, корпус № 2.

Координаты: 52.373615, 31.033938.

Специализация и общая характеристика: производитель ювелирных изделий, бриллиантов и алмазного инструмента.

Краткая история. История завода «Кристалл» начинается с первого белорусского бриллианта, который был огранен 27 декабря 1972 г. Этот памятный день можно назвать днем рождения не только белорусской алмазообработки, но и днем рождения ювелирной отрасли Беларуси. Первые двадцать лет работы гомельский «Кристалл» позиционировался как одно из крупнейших алмазообрабатывающих предприятий СССР. В 2012 г. создан государственный ювелирный холдинг «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ». В его состав вошли ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» (управляющая компания), ОАО «Белювелирторг» (торговая сеть холдинга) и ЗАО «Белгран» (в 2013 г. присоединено к управляющей компании холдинга), государственный пакет акций которых передан в управление Министерства финансов Республики Беларусь. С 2013 г. предприятие включено в список привилегированных клиентов самой крупной в мире алмазодобывающей компании

АК «АЛРОСА», который включает около 40 компаний в мире, объединенных в ALROSA-Alliance¹⁵².

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация представлена в отдельном разделе «Экскурсионная программа»: https://kristall.by/ekskursionny_tur.

Время и режим посещения: дата и время проведения экскурсии согласовывается предварительно. Экскурсии проводятся только в будние дни в 10:00 и 13:00.

Целевая аудитория: взрослые. Минимальный размер группы — 5 человек, максимальный — 10 человек, также возможно индивидуальное посещение. Минимальный возраст посетителей 12 лет. Для детей до 18 лет обязательно присутствие одного взрослого сопровождающего.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию по электронной почте, также по телефону. После предварительного согласования направляется заявка по форме.

Стоимость и оплата: при групповом посещении (от 5 человек) — 50 руб. с человека, при индивидуальном посещении — 60 руб. с человека.

Фото- и видеосъемка: во время экскурсии разрешена, кроме съемки лиц сотрудников, входа/выхода в цехах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсанты посещают участок литья и выплавляемых моделей: краткий рассказ об истории создания производства, возможностях производства ювелирной, сувенирной и др. продукции; описание технологии производства ювелирных изделий, от создания эскиза до выпуска готовой продукции; краткое пояснение технологического процесса изготовления ювелирных изделий; демонстрация образцов выплавляемых «блоков», восковых моделей, полуфабрикатов (при наличии). Посещение алмазообрабатывающего производства: 1) демонстрация алмазного сырья и бриллиантов. Краткая информация о приобретении алмазного сырья из различных источников, география реализации бриллиантов; 2) краткое описание технологического процесса изготовления бриллиантов; 3) наглядная демонстрация технологического процесса: производственное исследование и разметка алмазов; распиливание; подшлифовка; обточка; огранка; контроль качества готовой продукции.

Продолжительность экскурсии составляет 1 час. В связи с производственной необходимостью время длительности экскурсии может сократиться до

¹⁵²Гомельское ПО «Кристалл» [Электронный ресурс]. — URL: <https://kristall.by/> (дата обращения: 21.09.2024).

40 минут. Опоздание на экскурсию более чем на 30 минут является аннулированием экскурсии.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	+	Отсутствует	Есть музейная комната, но ее посещение в экскурсию не входит

Контакты: +375 (232) 284276; +375 (232) 279379; reklama@kristall.by; holding@kristall.by

СП ОАО «Спартак»



Место расположения: , г. Гомель, ул. Советская, 63.

Координаты: 52.441378, 31.004941.

Специализация и общая характеристика: основными видами продукции являются карамель, конфеты, шоколад и шоколадные изделия, печенье, вафельные изделия, торты и пирожные. На фабрике сегодня 4 основных цеха: бисквитный, карамельный, вафельный, конфетно-шоколадный, где в широком ассортименте производят вышеуказанные виды продукции. География поставок: Азербайджан, Армения, Болгария, Вьетнам, Грузия, Абхазия, Израиль, Казахстан, Канада, Китай, Кыргызстан, Латвия, Литва, Молдова, Монголия, Россия, США, Туркменистан, Узбекистан, Украина, Чехия, Эстония, Германия.

Краткая история. 4 июня 1924 г. в Гомеле открылось кондитерское предприятие «Просвет», с этого дня и начинается отсчет истории фабрики «Спартак». Фабрика «Просвет» выпускала карамель, конфеты, ирис, мармелад. Название «Спартак», присвоенное кондитерскому комбинату 8 ноября 1931 г., задало ритм предприятию на всю последующую историю. Уже к 1941 г. комбинат представлял собой одно из крупнейших предприятий пищевой промышленности в республике с годовой выработкой 11,5 тыс. тонн кондитерских изделий. Продукция с маркой «Спартак» была известна всей стране и экспортировалась за границу. В 1994 г. в ходе реорганизации государ-

ственное предприятие кондитерская фабрика «Спартак» преобразовано в ОАО «Спартак», а в 1998 г. — в СП ОАО «Спартак». СП ОАО «Спартак» — один из крупнейших производителей кондитерских изделий и полуфабрикатов собственного производства в Республике Беларусь, выпускающий около 350 наименований кондитерских изделий, включая изделия лечебно-профилактического действия¹⁵³.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2018 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): на сайте предприятия есть раздел «Экскурсия по фабрике», где представлена организационная информация и образцы документов: <https://spartak.by/news/excursion/>. Также работает отдельный сайт, посвященный промышленному туризму: <https://tour.spartak.by/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся каждый понедельник, вторник, среду и четверг в 10:00 и 12:00. Для оформления документов необходимо подходить за 15 минут до начала экскурсии (центральная проходная).

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет). Для детей до 18 лет обязательно присутствие взрослых сопровождающих (на каждые 10 детей один сопровождающий (бесплатно)). Минимальное количество посетителей в группе от одного человека, максимальное — 44 человека.

Система продажи и бронирования экскурсий: для записи на экскурсию следует пройти регистрацию в системе онлайн бронирования. После регистрации нужно скачать и заполнить заявку на экскурсию, бланк списочного состава группы, справку для посещения производства (заполняется медицинским работником учебного заведения). Все заполненные документы берутся с собой в день проведения экскурсии. В случае если экскурсия проходит не для учащихся учебного заведения, сопровождающий или родитель берет справку о состоянии здоровья каждого ребенка в медицинском учреждении. Также сопровождающий должен ознакомить экскурсантов перед экскурсией с инструкцией по охране труда и пожарной безопасности.

При посещении производственных цехов СП ОАО «Спартак» сопровождающему лицу при себе необходимо иметь:

1. Копию платежного поручения (для юридических лиц) или квитанцию об оплате (для физических лиц);

¹⁵³Спартак [Электронный ресурс]. — URL: <https://spartak.by/> (дата обращения: 26.08.2024).

2. Паспорт сопровождающего лица, ответственного за организацию экскурсии, на чье имя оформлена квитанция об оплате экскурсии;

3. Оформленную справку об отсутствии инфекционных заболеваний у учащихся для посещения производственных цехов экскурсантами, заверенную подписью (печатью) медицинского работника учреждения образования.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 20 руб. на одного посетителя. Оплата экскурсии возможна как безналичным платежом (банковская платежная карточка), так и наличными в кассу предприятия.

Фото- и видеосъемка: в цехах запрещена (все фотографии во время экскурсии делаются сотрудником СП ОАО «Спартак» и высылаются на e-mail).

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: во время экскурсии посещаются конфетно-шоколадный цех, вафельный цех, бисквитный цех, карамельный цех. Дегустация продукции проходит на производстве. По завершении экскурсантам вручается подарок. Продолжительность экскурсии составляет 1,5 часа. Опоздание на экскурсию более чем на 30 минут является аннулированием экскурсии. Опоздавшие лица не имеют права присоединиться к группе.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	+ Специальной сувенирной продукции нет	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: уточнить информацию можно с 15:00 до 17:00 по телефону +375 (232) 690782

**РУП «Гомельская фабрика художественных изделий
«Любна»**



Место расположения: г. Гомель, ул. Гагарина, 38.

Координаты: 52.42176, 31.00286.

Специализация и общая характеристика: предприятие производит изделия народных художественных промыслов, швейные изделия, изделия из соломы и лозы.

Уникальным является изготовление изделий в технике «сожская скань», которую более 30 лет назад возродил на Гомельщине мастер Владимир Цекунов. Сейчас в этой технике работают всего около полутора десятков человек, среди которых также и мастера фабрики. В технике сожской скани изготавливаются часы, шкатулки, декоративные тарелки, а самые сложные в выполнении — это иконы.

Краткая история. Фабрика берет начало в 1939 г., когда была открыта «Гомельская вышивальная артель». Первоначально выпускались строчевышитые изделия: скатерти, постельное белье, ночные сорочки и т. д. В 1960 г. артель была реорганизована в Гомельскую фабрику художественных изделий им. XVIII партсъезда. В 1968 г. началась реконструкция фабрики; произведено техническое переоснащение производственного процесса. С 1 января 1979 г. принято решение о создании Гомельского производственного объединения, в состав которого на правах филиалов вошли Хойникская, Мозырская и Че-

черская фабрики художественных изделий. С 1995 г. предприятие начало выпуск изделий на экспорт. За прошедшие годы предприятие оказывало услуги по изготовлению швейных изделий для торговых компаний США, Австрии, Финляндии, Германии, России. В 1998 г. совместно с государственным концерном «Белхудожпромислы» проведена большая работа по техническому переоснащению швейного участка¹⁵⁴.

Экскурсии для учащихся проводятся с 2021 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет, в планах разработка.

Время и режим посещения: по согласованию.

Целевая аудитория: учащиеся (в основном) и взрослые; организованные группы до 20–30 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: по телефону и электронной почте; направляется заявка с указанием состава группы.

Стоимость и оплата: по запросу.

Фото- и видеосъемка: по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: во время экскурсии посетители увидят, как своими руками профессионалы создают необыкновенные сувениры, вышиванки, изделия из лозы и технического ротанга, белорусские ляльки. Продолжительность экскурсии составляет до 1 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
На территории предприятия по согласованию	Отсутствуют	+	+	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (232) 281594, priemnaya@lubna.by

¹⁵⁴Любна [Электронный ресурс]. — URL: <https://lubna.by/> (дата обращения: 15.09.2024).

ОАО «Мозырьпиво»



Место расположения: г. Мозырь, ул. Советская, 180.

Координаты: 52.045642, 29.276594.

Специализация и общая характеристика: производство слабоалкогольных (сбитень, медовуха, браггот и др.) и безалкогольных напитков (квас).

Краткая история. История самого первого пивоваренного завода в г. Мозыре начинается в 1884 г. 15 ноября того года купец Моисей Шендеров Александров подал прошение в городской совет об устройстве завода в своем двухэтажном доме по Киевской набережной. Купец получил разрешение от Минского губернского правления, и через год заработал завод, на котором трудилось три человека. В 1911 г. завод перешел в руки Павицкого, который решил разливать пиво в фирменные бутылки, привозимые на производство из Санкт-Петербурга. У Павицкого работало четверо наемных рабочих, они занимались и заготовкой, и розливом пива.

После 1917 г. завод временно перестал выпускать пиво, там солили рыбу для Красной Армии. Позже заводом владели частные владельцы, они наняли много рабочих, которые в 1925 г. разливали более полусотни ведер пива; здесь варились три сорта пива — «Баварское», «Пильзенское» и «Марговское». В конце 1920 г. Мозырский пивоваренный завод полностью перешел

в руки государства и был модернизирован. Во время Великой Отечественной войны здание завода пострадало. После войны власти города восстановили завод и переоборудовали; здесь выпускались сорта пива «Рижское», «Жигулевское», «Бархатное», «Белорусское», «Украинское» и 10 сортов безалкогольных напитков. После распада СССР завод продолжал выпускать пиво, появились сорта «Колос», «Богатырское», «Припять», «Кімбараўка» и др.

Мозырский пивоваренный завод 14 декабря 1999 г. стал частью белорусско-российского предприятия «Мозырьпиво-РТ», в 2001 г. — ОАО «Мозырьпиво». До 2002 г. завод выпускал сорта пива «Белорусское», «Рижское», «Мозырское любительское», «Колос», «Кимборовка», «Московское», «Мозырское светлое», «Богатырское», «Жигулевское», «Мозырское медовое», «Мозырское». В 2004 г. Мозырский пивоваренный завод прекратил выпускать пиво. На сегодняшний день завод производит слабоалкогольные напитки, в том числе квас, сбитень, медовуху, которые успешно идут на экспорт.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в выходные дни (суббота, воскресенье) по предварительной записи. По согласованию возможно проведение и в рабочие дни.

Целевая аудитория: для участия в экскурсии по производству допускаются лица не моложе 10 лет. Организованные группы в возрасте от 10 до 18 лет на экскурсию допускаются только в сопровождении представителей учебных заведений, туристических фирм или законных представителей, которые несут персональную ответственность за поведение детей на производстве (на каждые 10 посетителей в возрасте от 10 до 18 лет должно быть не менее одного сопровождающего). Количественный состав экскурсионной группы не должен превышать 40 человек, минимальное количество посетителей для проведения экскурсии — 20. По согласованию возможен прием индивидуальных туристов.

Система продажи и бронирования экскурсий: для проведения экскурсии необходимо составить заявку в свободной форме с указанием количества человек и предполагаемого времени и направить в адрес электронной почты mozyrpivo@tut.by.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет для детей (с 10 до 18 лет) — 10 руб.; для взрослых — 20 руб. В стоимость входит посещение производства слабоалкогольных напитков, дегустация продукции для всех участников экскурсии. Оплата за проведение экскурсии возможна наличными или по безналичному расчету.

Фото- и видеосъемка: по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по территории предприятия и знакомит с историей завода, процессом приготовления напитков, а также тары для их хранения. В завершении — дегустация 8 видов напитков: 4 безалкогольных, 4 слабоалкогольных. Продолжительность экскурсии с дегустацией — до 2 часов.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка через дорогу напротив предприятия	Отсутствуют	+	Торговый павильон при предприятии	Отсутствует	Есть зал с небольшой экспозицией по истории завода

Контакты: +375 (236) 254948, mozyrpivo@tut.by



Место расположения: г. Мозырь, Козенский с/с.

Координаты: 52.004562, 29.218966.

Специализация и общая характеристика: один из крупнейших производителей выварочной соли класса экстра. Основные направления производственной деятельности предприятия: соль пищевая выварочная экстра; соль для водоподготовки; смесь посолочно-нитритная.

Краткая история. ОАО «Мозырьсоль» является одним из самых молодых предприятий в своей отрасли. За время своего существования ОАО «Мозырьсоль» смогло занять ключевые позиции среди производителей выварочной соли экстра на территории СНГ и Восточной Европы. Появилось оно на карте Беларуси в 1974 г. на базе огромных залежей каменной соли, открытых в 1963 г. недалеко от г. Мозыря. Днем рождения предприятия считается 21 декабря 1982 г. — день, когда была выпущена первая продукция. В 1996 г. освоено выпуск соли пищевой «Белорусская» высшего сорта. В 2002 г. освоено производство посолочно-нитритной смеси, а в 2005 г. — выпуск таблетированной соли. С 2006 г. выпускаются косме-

¹⁵⁵На момент проведения исследования предприятие принимало только учащихся в рамках профориентационных экскурсий.

тические соли. В 2007 г. освоен выпуск сухих приправ. С 2011 г. производится соль «Морская плюс». С 2013 г. выпускается гранулированной соли. В 2016 г. реализован проект «Реконструкция существующих мощностей ОАО «Мозырьсоль» с увеличением производительности до 480 000 тонн соли в год¹⁵⁶.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов представлены в отдельном разделе сайта предприятия: <https://mozyrsalt.by/company/ekskursii/>.

Время и режим посещения: проводятся в рабочие дни по вторникам, средам и четвергам с 9:30 до 15:00.

Целевая аудитория: учащиеся в рамках профориентации (школьники с 10 лет и студенты); для экскурсионных групп, состоящих из лиц от 10 до 18 лет, полагается не менее одного и не более трех взрослых сопровождающих. Состав экскурсионной группы не должен превышать 20 человек без учета руководителя экскурсионной группы и сопровождающих лиц. Возможно большее количество с разделением на группы.

Система продажи и бронирования экскурсий: согласно поступившим заявлениям для каждой экскурсионной группы подбирается свободная дата и время на момент записи. Все заявки на проведение экскурсии на предприятие принимаются на факс +375 (236) 214903 или на электронную почту oaо@mozyrsalt.com на имя генерального директора ОАО «Мозырьсоль» Дворника В.А. В заявке следует указывать номер телефона контактного лица, ответственного за организацию экскурсии. При посещении необходимо иметь документ, подтверждающий личность.

Стоимость и оплата: 10 руб. с человека; со школьников и студентов в рамках профориентации плата не взимается.

Фото- и видеосъемка: на производстве запрещено, только в музейной комнате и на улице.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: посещение музейной комнаты, территории предприятия и производственных помещений, где можно увидеть процесс фасовки соли. Экскурсия знакомит с историей предприятия, процессом производства соли. Продолжительность экскурсии — 1 час.

¹⁵⁶Мозырьсоль [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mozyrsalt.by/> (дата обращения: 14.08.2024).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Организация питания на предприятии под запрос	+	Отсутствует	Отсутствует	+

Контакты: +375 (33) 3992263, +375 (236) 214889, oao@mozysalt.com

ОАО «Красный Мозырянин»



Место расположения: Гомельская обл., г. Наровля, ул. Фабричная, 2.

Координаты: 51.805849, 29.497872.

Специализация и общая характеристика: производство натуральной пастилы, зефира с различными вкусами, широкой линейки желейного мармелада, конфет «Коровка».

Краткая история. История кондитерской фабрики, построенной местным землевладельцем Горваттом, начинается с 1913 г. В те далекие годы были выпущены первые качественные кондитерские изделия, отвечающие требованиям времени и нашедшие своего покупателя далеко за пределами Наровлянщины. Уже после 1917 г. фабрика стала государственным предприятием. 1 июля 1925 г. восстановленная после гражданской войны работниками Мозырского треста коммунальных предприятий фабрика возобновила свою работу. Так же произошло и 14 марта 1944 г.: фабрику восстановили после разрушений во Второй мировой войне. В честь товарищеской помощи мозырских рабочих фабрике присвоено название «Красный Мозырянин».

В период с 1945 г. по 1975 г. кондитерская фабрика «Красный Мозырянин» активно развивалась. В рамках этого периода выпускались пастила, зефир, карамель, сухофрукты, сиропы, джемы, конфеты. Одним из самых известных

продуктов фабрики была и остается конфета «Коровка». Оригинальный состав и ориентация производства на исключительно натуральные ингредиенты высшего качества сделали конфету любимым лакомством многих поколений.

В течение 1986–1987 гг. построен и введен в эксплуатацию новый производственно-административный корпус, а в 1991 г. фабрика «Красный Мозырянин» снова выпустила свою кондитерскую продукцию, привычную и любимую всеми сладкоежками. В 1996 г. государственное предприятие преобразовано в ОАО «Красный Мозырянин»¹⁵⁷.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и форма заявки на проведение экскурсии размещены на сайте предприятия в отдельном разделе: <https://korovka.by/ekskursii/>. Есть отдельный канал в Telegram [krasnyj_mozyrianin](https://www.instagram.com/krasnyj_mozyrianin/), посвященный промышленному туризму на предприятии.

Время и режим посещения: в рабочие и выходные дни по договоренности с 9:30 до 13:30.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет). Организованные группы. Возможно присоединение индивидуальных туристов. Минимальное количество человек в группе — 10. Для посещения пищевого производства группами, состоящими из детей до 18 лет, обязательно присутствие не более двух взрослых сопровождающих, которые несут ответственность за жизнь и здоровье несовершеннолетних.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись осуществляется по телефону. Наличие справок о состоянии здоровья и отсутствии инфекционных заболеваний обязательно. К экскурсии допускаются лица, не имеющие противопоказаний по состоянию здоровья.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 15 руб. (взрослые) и 12 руб. (дети); стоимость экскурсии с дегустацией — 21 руб. (взрослые), 15 руб. (дети); стоимость экскурсии с дегустацией и малым сувениром — 28 руб. (взрослые), 20 руб. (дети); стоимость экскурсии с дегустацией и большим сувениром — 35 руб. (взрослые).

Фото- и видеосъемка: в производственных помещениях не разрешается; можно в холле, на территории и в помещении для дегустации.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия по предприятию знакомит с историей фабрики, процессом создания различных видов кондитерских изделий. Длительность экскурсии

¹⁵⁷Красный Мозырянин [Электронный ресурс]. — URL: <https://korovka.by/> (дата обращения: 16.06.2024).

зависит от выбранной программы — до 1,5 часа. После экскурсии возможно проведение дегустации продукции, а также мастер-классов по изготовлению сладостей разного вида (для группы до 25 человек): мастер-класс «Морской» (14 руб. с человека); мастер-класс «Мультишки» (20 руб. с человека); мастер-класс «Фруктовое ассорти» (12 руб. с человека); мастер-класс «Боровички» (12 руб. с человека).

Дополнительные услуги: услуги аниматора (100 руб.); услуги аниматора с привлечением ростовой куклы (130 руб.); встреча с ростовой куклой (100 руб.); видеосъемка мастер-класса (60 руб.); фотосъемка с ростовой куклой (30 руб. для группы до 25 чел.); фотосъемка с ростовой куклой (60 руб. для группы до 50 чел.).

Инфраструктура: на территории предприятия находятся исторические производственные корпуса, входившие в единый комплекс с усадьбой рода Горваттов, расположенной рядом. В перспективе рассматривается использование исторических помещений в туристических целях.

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой предприятия возможна организация питания для группы туристов	+	Рядом с предприятием по адресу: ул. Октябрьская, д. 26а (пн–вс: 09:00–20:00). Сувенирная продукция в процессе разработки	Отсутствует	В планах

Контакты: +375 (29) 7314745, priemnaya@korovka.by

ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат»¹⁵⁸



Место расположения: г. Рогачев, ул. Сергея Кирова, 31 (предприятие); ул. Сергея Кирова, 31Г (Музей трудовой славы).

Координаты: 53.068598, 30.019938 (предприятие); 53.069068, 30.016771 (музей).

Специализация и общая характеристика: производство сгущенного молока и других видов молочных консервов.

Краткая история. История предприятия берет начало в 1930-е гг. Проектная мощность комбината тогда составляла 11 млн условных банок молочных консервов в год. Первая продукция — сгущенное молоко с сахаром в десятилитровых жестяных банках, кофе в стеклянных стаканчиках по 200 граммов и сливочное масло в стокилограммовых бочках и деревянных ящиках — была выпущена 22 октября 1938 г. В годы войны здания завода были разрушены. После освобождения Беларуси началось его восстановление. 1962 г. — технологическое оборудование цельномолочного цеха опробывается в работе и сдается в эксплуатацию с проектной мощностью переработки 15 тонн сырья в смену. С 1970 г. по 1980 г. был периодом корен-

¹⁵⁸На момент проведения исследования для посещения был доступен музей; экскурсии по предприятию для туристов не проводились.

ного технического перевооружения цехов, отделов, сырьевой зоны. Декабрь 1982 г. — запуск цеха сухих молочных продуктов. Октябрь 1998 г. — запуск цеха детского питания. Это уникальное производство, полностью оборудованное знаменитой шведской компанией «Тетра Пак», что позволяет выпускать продукцию высочайшего качества. Строительство цеха включено в республиканскую программу производства продуктов питания для детей раннего возраста (программа «Дети Беларуси») и направлено на решение проблемы полноценного и сбалансированного питания самых маленьких граждан республики. С ноября 2005 г. в состав ОАО «Рогачевский МКК» вошло ОАО «Буда-Кошелевские сыры» как филиал по производству полутвердых сыров. Одним из последних перевооружений является запуск в 2007 г. новой линии по производству жестебанки. Установлено новое оборудование по расфасовке сгущенного молока в упаковку типа «Дой-Пак». Осуществлен запуск итальянской линии по расфасовке и упаковке молочных консервов с сахаром, а также фасовочно-упаковочной линии по производству концентрированного молока.

В феврале 2012 г. к комбинату присоединено еще одно предприятие по переработке молока — КУП «Ветковский молочный завод», основными видами деятельности которого являются производство масла коровьего и казеина технического. С 1 июня 2012 г. к ОАО «Рогачевский МКК» присоединено ЧУП «Жлобинский молочный завод». Завод предлагает широкий ассортимент натуральной цельномолочной продукции. На присоединенных предприятиях также проходит модернизация.

23 ноября 2013 г. напротив административного здания предприятия прошла торжественная церемония открытия единственной в мире скульптурной композиции, посвященной сгущенному молоку. В основание памятника заложена капсула с посланием к потомкам, которую завещано вскрыть к 100-летию комбината.

Введена в эксплуатацию автоматизированная линии розлива молока пастеризованного в стеклянную и пластиковую бутылку с крышкой типа «Твист-Офф» производительностью 6000 бут./час.

В 2022 г. произведена самая большая банка сгущенного молока весом 485,5 кг. К Рогачевскому МКК присоединены 2 филиала: «Калинковичский молочный комбинат» и «Октябрьский молочный завод»¹⁵⁹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): раздела, посвященного музею или экскурсиям, нет, однако есть раздел «Гостеприим-

¹⁵⁹Рогачевский молочно-консервный комбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.rmkk.by/> (дата обращения: 12.09.2024).

ство», где размещена информация о туристической инфраструктуре предприятия (кафе «Маентак», кафе «Бригантина», база отдыха «Озеро Святое»), а также общие сведения о достопримечательностях Рогачева.

Время и режим посещения (музей): вторник–суббота с 11:00 до 19:00; понедельник и воскресенье — выходные дни.

Целевая аудитория (музей): взрослые и дети, индивидуальные туристы и организованные группы (до 15 человек).

Система продажи и бронирования экскурсий (музей): нет.

Стоимость и оплата (музей): стоимость посещения музея составляет 1 руб. с человека; оплата осуществляется на месте.

Фото- и видеосъемка (музей): разрешено.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы (музей): проведение дегустации возможно по согласованию в кафе. В Музее трудовой славы представлены образцы продукции, артефакты и документы по истории завода, а также видеоряд, в том числе о производстве.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	кафе «Бригантина», ул. Сергея Кирова, 31Г	+	Продукция предприятия и сувениры представлены в фирменном магазине при предприятии	Отсутствует	+ ул. Сергея Кирова, 31Г (в одном здании с кафе на втором этаже)

Контакты: +375 (2339) 41424 (приемная)

ОАО «Туровский молочный комбинат»¹⁶⁰



Место расположения: Житковичский р-н, г. Туров, ул. Ленинская, 154.

Координаты: 52.063668, 27.763031.

Специализация и общая характеристика: производство полутвердых и мягких сыров по итальянским технологиям.

Краткая история. Предприятие основано в 2010 г. Строительство Туровского молочного комбината стало частью Государственной программы развития Припятского Полесья, и сегодня комбинат является одним из градообразующих предприятий г. Турова и Житковичского района. Запуск производства и первые отгрузки готовой продукции состоялись в мае 2013 г. В январе 2018 г. осуществлен запуск второй производственной очереди комбината. В 2021 г. на комбинате увеличены мощности по производству сливочных сыров. Установлены линии по переработке и сгущению сыворотки. В настоящее время мощности Туровского молочного комбината рассчитаны на переработку 700 тонн молока в сутки. На Туровском молочном комбинате создано более 500 рабочих мест. Предприятие является экспортноориентированным, и более 80 % выпускаемой продукции поступает на внешние рынки.

¹⁶⁰Фото взято из официальных социальных сетей предприятия.

Предприятие активно работает над развитием собственной сырьевой зоны; в настоящее время в управлении находится 9 сельскохозяйственных предприятий: ОАО «Приозерское-Агро», ОАО «Дяковичи», ОАО «Урожайный», ОАО «Колпень-Агро», КСУП «Комсомольск», ОАО «Долгиново», ОАО «Новая Вилия», ОАО «Торгуны», ГП «Гнездилово-Агро».

В целях оптимизации структуры и совершенствования подходов к управлению сельскохозяйственными предприятиями ОАО «Туровский молочный комбинат» учреждено ООО «БК-Милк». В задачи организации входит развитие сырьевой зоны, проведение комплекса работ по повышению качества молока, а также управление сельскохозяйственными предприятиями на профессиональной основе с привлечением высококвалифицированных специалистов¹⁶¹.

Экскурсии на предприятии для туристов проводятся с 2014 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов представлены в отдельном разделе: <https://www.turovmilk.by/contacts/excursions/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся со среды по субботу с 11:00 до 16:00, в воскресенье с 12:00 до 16:00. Понедельник и вторник — выходной день.

Целевая аудитория: взрослые и дети; организованные группы от 15 до 45 человек. Для группы детей больше 10 человек в возрасте до 16 лет обязательно присутствие не менее двух взрослых сопровождающих.

Система продажи и бронирования экскурсий: заявки принимаются только по электронной почте mmv@turovmilk.by. В заявке указывается дата и время проведения экскурсии, количество человек в группе (возраст детей), форма оплаты (наличный или безналичный расчет), программа посещения предприятия (экскурсия по заводу, дегустация, обед в кафе), контактные данные для обратной связи. Заявка на посещение подается не позднее, чем за 5 рабочих дней до желаемой даты проведения экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 17 руб. на человека (полный билет), 14 руб. (дети 10–18 лет), 12 руб. (дети 6–10 лет), детям до 6 лет вход бесплатный. Безналичная оплата за 3 рабочих дня до начала экскурсии или наличная оплата в день экскурсии.

Фото- и видеосъемка: по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: обзорная экскурсия по производственной галерее, ознакомление с историей

¹⁶¹Туровский молочный комбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.turovmilk.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

предприятия, этапами производства сыров, ознакомление с ассортиментом и новинками продукции, дегустация. Продолжительность 30–40 минут с дегустацией.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов в кафе Bonfesto	+	+	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (29) 1888820 (Марина Васильевна Марченко),
mmv@turovmilk.by

ЗАО «Добрушский фарфоровый завод»¹⁶²



Место расположения: г. Добруш, ул. Лесная, 8.

Координаты: 52.39864, 31.33655.

Специализация и общая характеристика: единственный в Республике Беларусь производитель фарфоровой посуды.

Краткая история. В 1975 г. принято решение о строительстве предприятия отрасли легкой промышленности по производству фарфоровой посуды в Добруше. День изготовления первой продукции 28 декабря 1978 г. считается днем основания завода. Предприятие изменило наименование в феврале 1992 г. — «Организация арендаторов Добрушская промышленно-торговая фирма «Фарфор». Начиная с декабря 1993 г. осуществлена приватизация предприятия. В январе 1997 г. завод переименован в Закрытое Акционерное Общество «Добрушский фарфоровый завод» (ЗАО «ДФЗ») в связи с акционированием. В 2007 г. начинается модернизация и техническое перевооружение предприятия¹⁶³.

Экскурсии на предприятии для туристов проводятся с 2022 г.

¹⁶²Фото взято из официальных социальных сетей предприятия.

¹⁶³Добрушский фарфоровый завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://dfz.by/> (дата обращения: 21.06.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образец заявки представлены на странице: <https://dfz.by/ekskursii/ekskursiya-1.html>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся с понедельника по пятницу по предварительной записи, время проведения с 10:00 до 12:00, с 13:00 до 15:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет). Взрослые, сопровождающие группу школьников, несут полную ответственность за поведение детей на производстве. Группы посетителей в возрасте от 10 до 18 лет проходят на территорию предприятия в сопровождении представителей учебных заведений или представителей туристических фирм. На каждые 10 посетителей в возрасте от 10 до 18 лет должно быть не менее одного сопровождающего.

Количественный состав экскурсионной группы не должен превышать 22 человек, минимальное количество посетителей для проведения экскурсии — 5.

Система продажи и бронирования экскурсий: для проведения экскурсии необходимо направить заявку на имя генерального директора. Заявка направляется не позднее, чем за 3 рабочих дня до ее проведения — для физических лиц, и не позднее, чем за 3 рабочих дня после подтверждения оплаты — для юридических лиц.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 10 руб. для детей (с 10 до 18 лет), 15 руб. для взрослых. В стоимость входит посещение производства фарфора, подарок (изделие из фарфора). Оплата за проведение экскурсии возможна наличными или по безналичному расчету, в том числе банковской картой.

Фото- и видеосъемка: разрешается в установленных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по производственным цехам предприятия, знакомит со всеми этапами производства фарфоровых изделий. Продолжительность экскурсии по предприятию составляет 40 минут.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой предприятия возможна организация питания для туристов	+	+	Отсутствует	Выставочный зал есть, но в экскурсии не задействован

Контакты: +375 (233) 329683, zaodfz.ok@gmail.com

РУП «Производственное объединение «Белоруснефть» («Нефтяной» маршрут)



Место расположения: экскурсия проходит по территории Гомельского и Речицкого районов.

Общая характеристика: маршрут «Нефтяной» направлен на знакомство с историей и деятельностью «Белоруснефти», с полным циклом добычи и переработки нефти. Маршрут действует с 2016 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): отдельный сайт маршрута <https://sites.google.com/view/neftyanoy-marshrut/>.

Время и режим посещения: по согласованию.

Целевая аудитория: взрослые и дети.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись осуществляется по телефону.

Стоимость и оплата: стоимость по согласованию, исходя из состава услуг.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: в ходе экскурсии туристы знакомятся с буровой вышкой и станком-качалкой, посещают памятник участникам ликвидации последствий аварии на ЧАЭС, фотоэлектрическую станцию. Фотографирование на фоне Стелы 100-мил-

лионной тонне нефти. Завершается экскурсия в Музее Белоруснефть ДКиТ «Нефтяник». Дополнительная платная услуга — тематический обед в кафе «Черное Золото». Возможен расширенный двухдневный вариант маршрута с отдыхом в здравнице нефтяников — санатории «Солнечный берег». Протяженность маршрута около 130 км.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
Есть	Возможность организовать питание в кафе «Черное золото» (находится в здании ДК вместе с музеем)	+	В музее можно приобрести сувенирную продукцию	Отсутствует	+

Контакты: +375 (29) 2748825, +375 (2340) 51327, T.Sazonova@beloil.by



Место расположения: г. Гомель, ул. Шоссейная, 41.

Координаты: 52.445699, 30.973983.

Специализация и общая характеристика: один из крупнейших производителей сельскохозяйственной техники, входящий в число лидеров мирового рынка комбайнов и других сложных сельхозмашин.

Краткая история. Предприятие ведет отсчет своей истории с 1930 г. От производства простых сельхозмашин до создания и массового производства зерно-, кормоуборочных комбайнов, комплексов машин на базе универсальных энергосредств, косилок, свеклоуборочной, картофелеуборочной и другой сельскохозяйственной техники — такой путь прошел «Гомсельмаш» в XX веке.

О предприятии можно сказать: первый во всем! Так, выпуск в 1930 г. первой партии приводных дисковых силосорезок на строящемся «Гомсельмаше» стал первым шагом к созданию в стране ранее не существовавшей отрасли — машиностроения для кормопроизводства. В 1932 г. наряду с про-

¹⁶⁴На момент проведения исследования экскурсии на предприятии временно не проводились. Представленная ниже информация и фото взяты с официального сайта.

изводством лицензионных силосорезок и соломорезок на «Гомсельмаше» впервые в мире создана универсальная кормоприготовительная машина «Универсалка». Благодаря круглогодичному использованию в то время она не имела равных по экономической эффективности. В 1940 г. «Гомсельмаш» стал первым предприятием в сельхозмашиностроении страны, которое производило одновременно 26 моделей машин для кормопроизводства, зернового хозяйства, семеноводства, первичной переработки льна и конопли.

1956 г. — «Гомсельмаш» впервые в стране начал массовое производство нового вида техники — прицепного силосоуборочного комбайна СК-2,6. За ним последовали модели СК-2,6А; СКБ-2,6; УКСК-2,6; КС-2,6. В 1966 г. впервые в практике машиностроения на заводе внедрена технология радиальной штамповки звездочек цепных передач, позволившая в 25–30 раз повысить производительность труда на обработке зубьев звездочек и в полтора раза повысить их износостойкость. Технология впоследствии была запатентована в США, Канаде, Великобритании, Франции, Бельгии и Швейцарии. В 1971 г. конструкторами «Гомсельмаша» создан и передан в производство КС-1,8 «Вихрь» — первый прицепной кормоуборочный комбайн, который мог убирать не только кукурузу, но и травы. В 1977 г. началось производство первого в СССР самоходного кормоуборочного комбайна КСК-100. Комбайн также стал первой в стране самоходной сельхозмашиной с гидроприводом ходовой части. В его конструкции впервые в практике отечественного кормоуборочного машиностроения были применены сменные навесные адаптеры. Эта востребованная машина и ее модификации производились в течение 32 лет. В 1984 г. по объемам годового производства самоходных кормоуборочных комбайнов «Гомсельмаш» вышел на первое место в мире.

В 1988 г. впервые в практике отечественного сельскохозяйственного машиностроения «Гомсельмаш» начал производство сельхозмашины нового типа — универсального энергосредства УЭС-250 и агрегируемого с УЭС полунавесного кормоуборочного комбайна. В 1992 г. создан КДП-3000 — первый прицепной кормоуборочный комбайн, предназначенный для работы с тракторами от 2-го до 5-го тягового класса. В 1999 г. на «Гомсельмаше» впервые в мире создан блочно-модульный зерноуборочный комплекс на базе универсального энергосредства. В 2001 г. первым из производителей стран СНГ «Гомсельмаш» приступил к серийному производству зерноуборочного комбайна, имеющего современную компоновочную схему с центральным расположением кабины (КЗС-7). В 2003 г. универсальное энергосредство УЭС-2-250А стало первой в мире самоходной машиной, которая использовалась на кошении трав, заготовке измельченных кормов, уборке

зерновых и сахарной свеклы, а также на предпосевной обработке почвы с одновременным посевом и внесением удобрений.

В 2005 г. изготовлены первые картофелеуборочные комбайны. В 2006 г. на Гомсельмаше впервые в СНГ создан зерноуборочный комбайн 6-го класса GS12 (K3C-1218). В дальнейшем комбайн стал одним из самых востребованных в своем классе. В 2008 г. «Гомсельмаш» стал перавым в мире производителем, который в течение 10 лет со дня создания опытного образца своего первого зерноуборочного комбайна смог разработать и поставить на производство 5 базовых моделей этих сложных сельскохозяйственных машин. 2009 г. — первая партия комбайнов собрана на совместном предприятии в Китае. В дальнейшем объемы совместного производства достигли тысяч кормоуборочных и початкоуборочных комбайнов. В 2010 г. комбайн совместного белорусско-казахстанского производства ESSIL-760 (GS12) стал первым зерноуборочным комбайном 6-го класса, собранным в Казахстане. В 2012 г. «Гомсельмаш» приступил к производству кормоуборочных комбайнов FS8060 с двигателем мощностью 632 л.с. Такая высокопроизводительная машина создана впервые в СНГ. В 2015 г. создано второе совместное предприятие в Китае. В 2019 г. осуществлен выпуск и работа на полях Гомельской области первой партии зерноуборочных газомоторных комбайнов GS4118K.

В 2020 г. «Гомсельмаш» провел ребрендинг: на смену бренду ПАЛЕССЕ пришел бренд белорусской агротехники GOMSELMASH.

15 октября 2020 г. компании «Гомсельмаш» исполнилось 90 лет. В честь юбилея «Гомсельмаш» выпустил и отправил на испытания 3 новые модели комбайнов: зерноуборочный комбайн GS200 с пропускной способностью до 4 кг/с., комбайн GH800 с гибридным МСУ и мощный кормоуборочный комбайн FS450. В 2021 г. в серийное производство выпущен роторный зерноуборочный комбайн GR700. В 2022 г. зерноуборочный комбайн GOMSELMASH GS200 прошел все испытания и поставлен на производство. В уборочную кампанию 2022-го на поля вышли две новинки GOMSELMASH: гибридный комбайн GH800 и роторный GR700¹⁶⁵.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация размещена в отдельном разделе сайта <https://gomselmash.by/o-kompanii/ekskursii-na-gomselmash/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в рабочие дни с 9:00 до 15:00.

¹⁶⁵Гомсельмаш [Электронный ресурс]. — URL: <https://gomselmash.by> (дата обращения: 11.07.2024).

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 12 лет), организованные группы от 10 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию за 3 дня до планируемой даты посещения по телефонам: +375 (232) 592538, +375 (232) 592527, или направляется заявка на адрес uir@gomselmash.by.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии (без сувенирной продукции) на одного человека: для граждан Республики Беларусь — 8,40 руб.; для иностранных граждан — 12 руб.; для детей граждан Республики Беларусь (12–18 лет) — 4,20 руб.; для детей иностранных граждан (12–18 лет) — 6 руб.

Стоимость экскурсии (с сувенирной продукцией) на одного человека: для граждан Республики Беларусь — 12,60 руб.; для иностранных граждан — 16,20 руб.; для детей граждан Республики Беларусь (12–18 лет) — 8,40 руб.; для детей иностранных граждан (12–18 лет) — 10,20 руб.

Фото- и видеосъемка: разрешена только на территории музея и выстав-ки техники.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: маршрут экскурсии включает в себя музей, выставку техники, механосборочный корпус, сборочно-сдаточный цех, прессовый цех, корпус сварки и окраски. Продолжительность экскурсии составляет 2 часа 15 минут.

Дополнительно предоставляется услуга «тест-драйв комбайна». Новые комбайны обязательно проходят заводскую «полосу препятствий» на испытательном полигоне. Здесь, рядом с опытным водителем-испытателем, можно лично протестировать комбайны и почувствовать себя настоящим комбайнером. Услуга оказывается по предварительной записи; ее стоимость для граждан Беларуси — 45 руб.; для иностранных граждан — 52,50 руб.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов в ресторане «Чарауница»	+	Сувенирный набор (пакет, ручка, брелок, блокнот) можно заказать перед экскурсией		+

Контакты: +375 (232) 592538, +375 (232) 592527, uir@gomselmash.by

ОАО «Речицкий метизный завод»¹⁶⁶



Место расположения: г. Речица, ул. Фрунзе, 2.

Координаты: 52.369538, 30.424232.

Специализация и общая характеристика предприятия: крупнейшее предприятие в Республике Беларусь, специализирующееся на выпуске метизов: гвоздей, шурупов, винтов, болтов, гаек, заклепок, осей, шплинтов, саморезов и проволоки.

Краткая история предприятия. Речицкий метизный завод — одно из старейших предприятий города, основанное в 1912 г. братьями Борисом и Владимиром Рикками как предприятие по изготовлению проволочно-гвоздильной продукции. Первоначально, имея в штате всего 28 человек, завод в сутки выпускал до 30 пудов гвоздей. Созданный братьями Рикками Речицкий проволочно-гвоздильный завод менее чем за десяток лет превратился в одно из наиболее значительных и технически передовых промышленных предприятий Беларуси. В феврале 1919 г. предприятия Речицы, в том числе и проволочно-гвоздильный завод Рикков, были национализированы. 17 октября 1922 г. речицкий гвоздильный завод, успевший уже получить название «Речгвоздь» переименован в завод «Интернационал». В июне 1935 г. специальным постановлением Совета Народных Комиссаров БССР на заводе на-

¹⁶⁶Фото взято с официального сайта предприятия.

чата реконструкция: проведен капитальный ремонт оборудования и замена наиболее устаревшего. Это позволило увеличить мощность завода и выпуск продукции. Средства были выделены также на строительство жилого дома для семей рабочих. Завод пострадал в годы Великой Отечественной войны. 9 мая 1944 г. постановлением Совнаркома БССР утвержден график строительства и ввода в эксплуатацию полноценного производства. В конце 1945 г. завод уже приступил к работе на полную мощность, хотя его восстановление было далеко от завершения. Восстановление промышленности Беларуси было в основном закончено к 1950 г. Это касалось также и речицкого «Интернационала». 8 октября 1959 г. гвоздильный завод «Интернационал» переименован в «Речицкий метизный завод управления запасных частей и ремонтных предприятий Совета народного хозяйства БССР».

1970-е и 1980-е гг. стали для завода новым поворотным периодом. В это время введены в эксплуатацию сталепроволочный, крепежный и цех мелкого крепежа, построен цех нестандартного оборудования, расширен инструментальный и пр. В период кризиса 1990-х Речицкий метизный завод в числе многих предприятий страны оказался в затруднительном финансовом положении; стала невозможной выплата банковских кредитов, уменьшился объем производства, снизилась рентабельность. Завод не справлялся с выполнением заключенных договоров, была разрушена система финансирования, разорваны партнерские связи, потеряны поставщики и рынки сбыта продукции.

В XXI столетие Речицкий метизный завод вошел в качестве крупнейшего промышленного объекта республиканского значения с высоким уровнем механизации всех производственных процессов. Его продукция востребована на внутреннем рынке, а также экспортируется в страны ближнего и дальнего зарубежья. Одним из инвестиционных проектов, реализованных на заводе в 2010-2011 гг., стало строительство цеха горячего цинкования труб и крупногабаритных металлоконструкций. Мощность нового производства составляет до 40 тысяч тонн металлоконструкций и труб в год. В 2012–2015 гг. реализована инвестиционная программа по созданию дополнительных мощностей цеха крепежных изделий; техническому перевооружению гвоздильного производства; модернизации гальванического производства с увеличением производственных мощностей¹⁶⁷.

Музей «Гвоздь» Речицкого метизного завода открыт 12 мая 2012 г. к 100-летию предприятия.

¹⁶⁷Речицкий метизный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://rmz.by> (дата обращения: 09.09.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация о музее представлена на отдельной странице: <https://history.rmz.by/page-63-ru.html>.

Время работы музея: понедельник–пятница с 9:00 до 17:00. Перерыв с 12:00 до 13:00. Выходной — суббота, воскресенье.

Целевая аудитория: взрослые и дети; организованные группы от 10 до 25 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись по телефону; для организации экскурсии по производству направляется письмо с заявкой на имя руководителя предприятия.

Стоимость и оплата: экскурсии проходят на бесплатной основе.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экспозиция музея располагается в одном из заводских корпусов, построенных еще в начале XX в. при первых владельцах — братьях Владимире и Борисе Рикках. Интерьер музея выполнен в двух стилях: классика и современность, которые, гармонично сочетаясь, создают единую композицию. Основная информационная база содержится в музейной программе, размещенной на моноблоках (сенсорных панелях). Благодаря простой навигации каждый посетитель может найти интересующую его информацию. Для удобства восприятия вся информация разделена на разделы и подразделы. Это современный объект, оснащенный мультимедийным оборудованием, в центре которого монумент — гвоздь размером более двух с половиной метров. Наряду с новейшей «начинкой» здесь, конечно же, есть исторические экспонаты.

Помимо экскурсии по музею также по предварительному согласованию возможно посещение производства. К экскурсии на производство допускаются взрослые и дети с 14 лет.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	+	+	+	–	+

Контакты: +375 (2340) 50523, +375 (2340) 50687, oshandrak@rmz.by

3.4. Объекты промышленного туризма Гродненской области

ОАО «Гронитекс»¹⁶⁸



Место расположения: г. Гродно, ул. Горького, 91.

Координаты: 53.707304, 23.817256.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство пряжи и швейных ниток. Занимает ведущие позиции в производстве пряжи различных линейных плотностей. Единственный в Республике Беларусь производитель гребенной хлопчатобумажной пряжи и ниток швейных.

Краткая история предприятия. В октябре 1963 г. началось строительство хлопкопрядильной фабрики — основоположницы нынешнего ОАО «Гронитекс». Приказом Министерства легкой промышленности БССР от 10 июня 1967 г. № 231 хлопкопрядильная фабрика введена в эксплуатацию. В год пуска, то есть в 1967 году, фабрикой было произведено 3340 тонн пряжи. С 1 марта 1973 г. приказом Министерства легкой промышленности БССР на базе хлопкопрядильной фабрики и строящейся ниточной фабрики создан прядильно-ниточный комбинат. Приказом Министерства легкой промышленности БССР от 02 декабря 1980 г. № 327 Гродненский прядильно-ниточный комбинат имени XXV съезда КПСС переименован в Гродненское производ-

¹⁶⁸Фото предоставлено предприятием.

ственное прядильно-ниточное объединение. В августе 2000 г. объединение переименовано в Гродненское республиканское унитарное производственное предприятие «Гронитекс». С этого же года организовано производство волокна льняного котонизированного различных степеней очистки.

С целью сохранения лучших страниц истории предприятия, традиций коллектива и воспитания новых поколений работников ОАО «Гронитекс» создана музейная комната. Открытие состоялось 8 ноября 2013 г. Экспозиция знакомит с историей предприятия, расскажет о таком процессе, как прядение, и непосредственно о происхождении самих нитей. Экспозиция занимает площадь почти 90 м². В основу музейной экспозиции положено переплетение двух идей: идея нити и идея женщины, женской судьбы. В период пандемии COVID-19 на сайте предприятия в разделе «Промышленный туризм» была размещена видеоэкскурсия¹⁶⁹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация, образцы формы заявки и договора на проведение экскурсии размещены на сайте предприятия в отдельном разделе: <https://gronitex.by/o-predpriyatii/promyshlennyj-turizm/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительному согласованию в будние дни в рабочее время (8:30 до 17:00) в количестве не более двух экскурсий в день; график работы музейной комнаты: четверг, с 8:30 до 17:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 9 лет по музею, с 13 лет по производственным цехам); индивидуальные туристы и организованные группы до 25 человек. Для экскурсионных групп, в состав которых входят несовершеннолетние экскурсанты, необходимо сопровождение взрослых не менее двух человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: заявка подается не позднее, чем за 3 рабочих дня до предполагаемого срока проведения экскурсии по факсу или электронной почте. Система онлайн-бронирования отсутствует.

Стоимость и оплата: оплата может производиться через систему «Расчет» (ЕРИП), наличными денежными средствами в кассу или в безналичном порядке на расчетный счет. Стоимость экскурсии составляет:

Маршрут № 1 — 3,50 руб. (детский с 9 до 18 лет), 5,00 руб. (взрослый);

Маршрут № 2 — 2,00 руб. (детский с 9 до 18 лет), 3,00 руб. (взрослый);

Маршрут № 3 — 1,50 руб. (детский с 9 до 18 лет), 2,00 руб. (взрослый).

Вручение каждому экскурсанту набора сувенирной продукции по отдельному прейскуранту (по желанию согласовывается заранее).

¹⁶⁹Гронитекс [Электронный ресурс]. — URL: <https://gronitex.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Фото- и видеосъемка: на территории предприятия фото- и видеосъемка запрещены, в музее — разрешена.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы. Экскурсионная программа включает в себя 3 маршрута:

Маршрут № 1 (посещение производственных цехов с целью ознакомления с технологическим процессом производства продукции; посещение музейной комнаты с повествованием об истории создания нити, истории процесса прядения, истории предприятия; просмотр видеофильма об ОАО «Гронитекс»), продолжительность 1 час 30 минут;

Маршрут № 2 (посещение производственных цехов с целью ознакомления с технологическим процессом производства продукции), продолжительность 40 минут;

Маршрут № 3 (посещение музейной комнаты ОАО «Гронитекс» с повествованием об истории создания нити, истории процесса прядения, истории предприятия), продолжительность 40 минут.

В музейной комнате во время экскурсии происходит интерактивное взаимодействие с рядом экспонатов. Мастер-классы не проводятся.

В общем порядке экскурсии по территории и музейной комнатой проводит заведующий музейной комнаты, в производственных цехах — ведущий инженер по техническому развитию. Используется система «радиогид».

До начала проведения экскурсии экскурсанты в обязательном порядке проходят инструктаж по правилам поведения и мерам безопасности при проведении экскурсии с отметкой в журнале вводного инструктажа.

Наличие событийных мероприятий: только внутренние мероприятия организации для ветеранов, молодых специалистов и т. п.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой при предприятии возможна организация питания туристов. Отдельный вход с улицы	+	Фирменный магазин «Путеводная нить», где представлена продукция предприятия, а также одежда и текстиль белорусских производителей. Брендовая сувенирная продукция отсутствует	Отсутствует. Возможно проведения экскурсий для людей с нарушениями слуха и зрения	+

Контакты: +375 (152) 799327, +375 (152) 430012, +375 (25) 7138588, +375 (29) 2665322; заявки по организации экскурсий направлять по факсу: +375 (152) 430366 или на email: info@gronitex.by

ОАО «Стеклозавод «Неман»



Место расположения: Лидский район, г. Березовка, ул. Корзюка, 8.

Координаты: 53.717500, 25.506690.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство изделий из стекла и хрусталя. Ассортимент предприятия сегодня представлен почти тремя тысячами наименований изделий для сервировки домашнего стола, кафе, ресторанов, интерьеров домов и офисов. Предприятие экспортирует свою продукцию более чем в 10 стран мира.

Краткая история предприятия. Завод является градообразующим предприятием г. Березовка — город мастеров стекла, в котором традиции производства стекла и хрусталя заложены с 1883 года. История предприятия началась с маленькой гуты местного помещика Зенона Ленского, на которой выдували пивные бутылки и которую взяли в аренду приехавшие в Березовку главный инженер знаменитого Дядьковского завода Вильгельм Краевский и руководитель художественной мастерской Юлиус Столле. Построив неподалеку второй завод и купив третий, они основали свою фирму «Неман». В неманском прејскуранте 1911 г. покупателям предлагалось 1828 видов изделий — от шикарных сервизов и ваз до общедоступной хозяйственной посуды, керосиновых ламп и дверных ручек. С заводом сотрудничали специалисты из Чехии, Германии, Бельгии, Польши, было налажено обуче-

ние молодежи стекольным профессиям. Постепенно сформировался костяк квалифицированных управленцев, мастеров, рабочих, которые были опорой предприятия в самые трудные годы. На их плечи легло восстановление завода, сожженного отступающими царскими войсками в Первую мировую войну, вместе с заводом они пережили мировой кризис в начале 1930-х, и вновь возрождали его в 1944 г., когда на месте преуспевающего предприятия чернели руины.

В заводском музее хранятся изделия, созданные в первые послевоенные годы — по памяти, по уцелевшей довоенной посуде, по чудом сбереженным старым чугунным формам. Привычный ассортимент почти не менялся до конца 1950-х гг. Технологически он был отработан, основан на традиционном ручном производстве, пользовался хорошим спросом. В начале 1960-х в производство стеклянных изделий стала внедряться современная эстетика — простая, легкая, лишенная массивности и украшательства. В 1983 г. широко отмечено 100-летие стеклозавода «Неман». Предприятие награждено орденом Трудового Красного Знамени, орденами и медалями — большая группа работников. Подведены итоги реконструкции. За двадцать с небольшим лет построено и оснащено современным оборудованием 11 цехов и 16 участков.

В 1998 г. на заводе работает 4749 человек. Введены в эксплуатацию две установки герметизированной химической полировки с электронным контролем фирмы «Нойтра» в цехе выработки № 3. Модернизирована дозировочная смесительная линия приготовления хрустальной шихты с компьютерным управлением. Закончено строительство первой очереди очистных сооружений мощностью 5000 м³ стоков в сутки. Издан каталог «Коллекция стеклозавода «Неман». В нем представлено 608 образцов изделий. Художники Е. Ткачева и С. Шетик разработали новую технологию применения порошковых красителей для получения более богатой цветовой гаммы.

В 2000 г. на заводе действовало 7 стекловарных печей и 3 печи для варки цветного стекла, производилось 1058 наименований изделий. В 2015 г. организовано производство стекловаты и теплоизоляционных материалов из нее.

В залах музея выставлены экспонаты, датируемые 1910 г., и авторские композиции современных художников. Здесь можно не только познакомиться с именами знаменитых мастеров и их шедеврами, а также узнать, каким способом и из какого материала изготавливается стекло. В музее можно увидеть фирменное молочно-дымчатое стекло с «неманской нитью», благородный

хрусталь и множество экспонатов, отмеченных премиями и дипломами престижных международных выставок¹⁷⁰.

Экскурсии на предприятии проводятся с 1980-х.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и форма заявки на проведение экскурсии размещены на сайте предприятия в отдельном разделе: <http://www.neman.by/museum/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся с понедельника по воскресенье с 8:00 до 17:00 по предварительной записи.

Целевая аудитория: дети (не моложе 6 лет) и взрослые. Организованные группы. Количественный состав экскурсионной группы не должен превышать 40 человек (без учета сопровождающих). Группы детей сопровождаются взрослыми из расчета 1 взрослый на 10 человек. Плата за экскурсию с сопровождающих лиц не взимается. Пропуск учащихся на экскурсию осуществляется по спискам, заверенным руководителем учебного заведения и скрепленных печатью. Взрослые, сопровождающие группу школьников, несут полную ответственность за поведение детей на производстве.

Для индивидуальных туристов возможно присоединение к сборным группам.

Система продажи и бронирования экскурсий: организацией экскурсий на завод занимается специалист по экскурсионной работе. Предварительная запись на экскурсии происходит с понедельника по четверг с 8:00 до 17:00, в пятницу с 8:00 до 14:55. Для проведения экскурсии необходимо направить письмо на имя директора или сделать заявку по телефону специалисту, ответственному за организацию экскурсий, с указанием даты и времени проведения экскурсии, количества экскурсантов, краткой характеристики состава группы (учащиеся, взрослые), контактного телефона. В день экскурсии руководитель группы предоставляет специалисту по экскурсионной работе список участников экскурсии, а также копию платежного поручения или квитанцию об оплате экскурсии.

Система онлайн-бронирования отсутствует.

Стоимость и оплата: оплата за экскурсию производится как по безналичному расчету путем перечисления суммы на счет завода, так и в наличной форме путем внесения суммы в киоске на проходной ОАО «Стеклозавод «Неман» в г. Березовка. Стоимость входного билета с НДС:

лица с 16 лет — 15 рублей;

лица до 16 лет не из г. Березовка — 12 рублей;

¹⁷⁰Стеклозавод «Неман» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.neman.by/> (дата обращения: 13.09.2024).

лица до 16 лет из г. Березовка — бесплатно.

В стоимость входит посещение производства хрусталя, посещение музея стекла, подарок (стеклоизделие) каждому экскурсанту.

Фото- и видеосъемка: по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия по заводу демонстрирует весь цикл производства стеклопродукции. В экскурсионном маршруте — посещение цеха по производству хрусталя, музея стекла, фирменного магазина. Продолжительность экскурсии — не более 1,5 часа. Для проведения экскурсии по производству экскурсоводом используется портативный громкоговоритель.

Мастер-классы не проводятся. Разработан туристический веломаршрут «Стеклянная радуга № 4», который начинается от велопарковки предприятия. Протяженность полного маршрута составляет 13,5 км, сокращенного — 7 км. Карта маршрута и общие сведения размещена на информационном стенде велопарковки.

Наличие событийных мероприятий: участие в городских праздниках (экскурсии по предприятию).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка напротив проходной предприятия	В кафе при предприятии возможна организация питания туристов. Отдельный вход с улицы	+	Фирменный магазин работает при заводе. В качестве сувениров представлена продукция предприятия	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	+

Контакты: +375 (154) 602714, +375 (29) 9416026; ok2@neman.by, office@neman.by

ОАО «Красносельскстройматериалы»¹⁷¹



Место расположения: Волковысский р-н, г. п. Красносельский, ул. Победы, 5 (офис предприятия).

Координаты: 53.263676, 24.439247 (предприятие, музей на территории); 53.280461, 24.546204 (смотровая площадка за д. Колядичи).

Специализация и общая характеристика: производство строительных материалов; современное многопрофильное предприятие, выпускающее продукцию в основном из собственного сырья — цемент, строительную известь, мел мелкогранулированный, изделия из ячеистого бетона, сухие строительные смеси, листы и трубы асбестоцементные, полиэтиленовую пленку.

Краткая история. История ОАО «Красносельскстройматериалы» началась в августе 1914 г., когда акционерным обществом «Волынь» южнее деревни Красное Село был построен цементный завод. В то время в эксплуатацию были введены две технологические линии по производству цемента, железнодорожная ветка до станции Россь с двумя деревянными мостами и несколько жилых домов. Сырье из карьера доставляли по воздушно-канатной дороге, которая просуществовала до 1959 г. Начиная с 1948 г. для перевозки сырья начали использовать автомобильный транспорт. Первый паровой экскаватор был получен в 1928 г.

¹⁷¹ Фото взято с официального сайта предприятия.

Во время Первой мировой войны Волковысский уезд был оккупирован немецкими войсками. В 1919 г. немецкая оккупация сменилась польской, а с 1921 г. и вплоть до 17 сентября 1939 г. деревня Красное Село, где размещался завод, входила в состав Польши. Решение о частичной реконструкции действующих линий и о строительстве третьей было принято сразу после воссоединения Беларуси, в 1940 году. Планам не суждено было осуществиться, так как началась война. Восстанавливать завод начали сразу же после освобождения, и уже к 14 ноября 1944 г. дали цемент.

В целях подготовки квалифицированных кадров при заводе открыли школу фабрично-заводского обучения, а в 1948 г. ее сменило ремесленное училище. Начиная с 1958 г., реконструкция предприятия и расширение производства шли широким фронтом. Рядом с первой технологической линией были построены вращающиеся печи № 4 и 5, цеха помола цемента, дробильного отделения, клинкерного склада. После ввода этих новостроек выпуск цемента достиг 629,3 тыс. тонн в год. В середине 1960-х гг. с целью улучшения экологической обстановки в зоне завода началось строительство пылеулавливающих установок, введение электрофильтров на вращающихся печах. 4 декабря 1972 г. пущена первая очередь завода асбестоцементных изделий. В 1973 г. вступила в строй вторая очередь завода. 3 июня 1973 г. считается днем рождения известкового завода. Именно тогда была пущена первая технологическая линия проектной мощностью 100 тыс. тонн в год. В 1974 г. первая продукция была выпущена трубным производством.

В 1973 г. на базе цементного завода «Победа» создано производственное объединение «Волковысцементношифер». Кроме цемзавода «Победа», в объединение вошли завод асбестоцементных изделий, известковый завод, предприятие «Волковысцестрой», карьероуправление, горный цех. В 1974 г. одновременно со строительством 6-й технологической линии по производству цемента смонтирована цементная мельница. После ввода ее в строй выпуск цемента достиг 806,5 тыс. тонн в год. В 1975 г. лаборатория предприятия получила возможность переселиться в новый лабораторный корпус. В последующие годы с целью повышения производительности и снижения расхода топлива на предприятии большое внимание уделялось реконструкции имеющегося оборудования. В 1983 г. на известковом заводе введена 4-я технологическая линия мощностью 100 тыс. тонн извести в год, а в 1984 г. — склад силосного типа вместимостью 8 тыс. тонн. Построены подъездные железнодорожные пути. В объединении постоянно проводилась работа по реконструкции и модернизации действующего производства, внедрялись достижения науки и техники. В 1989 г. завершаются работы по вводу в действие 5-й технологической линии на известковом заводе.

В 1986 г. на межхозяйственной основе началось строительство Гродненского областного межколхозного предприятия по производству цемента, учредителями которого были колхозы Гродненской области, а затем и колхозы Брестской и Минской областей. В конце 1980-х морально устаревший и физически изношенный цементный завод «Победа» уже не имел дальнейших перспектив развития, поэтому было принято решение о строительстве нового цементного завода, который не только бы удовлетворил потребность республики в высококачественном цементе, но и отвечал бы современным экологическим стандартам.

31 декабря 1996 г. арендное предприятие «Волковыскцементошифер» преобразовано в ОАО «Красносельскцемент». 10 января 2001 г. ОАО «Красносельскцемент» реорганизовано путем слияния с Гродненским областным межколхозным предприятием по производству цемента в ОАО «Красносельскстройматериалы». За эти годы проделана большая работа по созданию новых мощностей по выпуску цемента, соответствующих современному мировому уровню по техническим характеристикам и воздействию на окружающую среду и не имеющих аналогов в Республике Беларусь. Начиная с 2003 г. идет процесс по внедрению энергосберегающих технологий и расширению ассортимента выпускаемой продукции, производственных мощностей цементного и известкового заводов.

29 апреля 2004 г. образован участок по выпуску цветной тротуарной плитки. 31 мая 2005 г. открыт цех по производству сухих строительных смесей. 1 января 2006 г. осуществлен пуск цеха по производству гидратной извести. 19 декабря 2007 г. на 4-й технологической линии обжига клинкера ОАО «Красносельскстройматериалы» запустили установку по сжиганию изношенных автошин. 5 февраля 2009 г. введена в эксплуатацию мини-ТЭЦ, обеспечивающая электроэнергией завод асбестоцементных изделий и известковый завод. 30 апреля 2012 г. состоялся пуск новой технологической линии по производству клинкера сухим способом. Строительство новой технологической линии на предприятии осуществлено благодаря реализации белорусско-китайского инвестиционного проекта¹⁷².

Музей был открыт 19 февраля 2003 г.; обновленная экспозиция открыта 15 августа 2024 г. Экспозиция музея посвящена геологии, истории предприятия и его современному развитию с демонстрацией ассортимента выпускаемой продукции. Музей также располагает экспонатами, касающимися истории городского поселка Красносельский.

¹⁷²Красносельскстройматериалы [Электронный ресурс]. — URL: <https://cementby.by/> (дата обращения: 05.07.2024).

Предприятия развивает промышленный туризм с 2023 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: проведение экскурсий с понедельника по пятницу с 8:00 до 17:00; в выходные дни — по согласованию.

Целевая аудитория: взрослые и дети; организованные группы от 10 до 40 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: по телефону осуществляется согласование даты и времени посещения, после чего на электронную почту на имя генерального директора направляется в произвольной форме заявка на проведение экскурсии, оформляется договор и выставляется счет.

Стоимость и оплата: стоимость составляет 3 руб. с человека; оплата по безналичному расчету.

Фото- и видеосъемка: разрешена.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по музею предприятия с посещением смотровой площадки одного из затопленных меловых карьеров (линза № 14 за д. Колядичи). Продолжительность экскурсии по музею составляет около 1 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле музея предприятия	Организация питания возможна в санатории «Пралеска»	+	–	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако теоретическая возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	+

Контакты: +375 (1512) 63767, info@cementby.by

ОАО «Молочный Мир»¹⁷³



Место расположения: г. Гродно, ул. Гаспадарчая, 28.

Координаты: 53.708871, 23.828049.

Специализация и общая характеристика: предприятие специализируется на производстве цельномолочной продукции, мороженого, масла, сыров твердых, мягких, плавленых. Кроме того, в объеме производства имеется немалая доля продукции, вырабатываемой не из молока: вода, напитки, майонез. В ассортименте насчитывается более 200 видов продукции.

Краткая история. Предприятие берет начало с Гродненского городско-го молочного комбината, созданного в 1938 г. На данном этапе производственные мощности комбината составляли до 10 тонн сырья в сутки. В целях расширения и увеличения объемов производства в 1967 г. проведена первая реконструкция, позволившая увеличить производственную мощность до 50 тонн сырья в сутки. В 1993 г. проведена вторая значительная реконструкция, позволяющая предприятию перерабатывать до 240 тонн сырья в сутки.

В ноябре 1996 г. Гродненский молочный комбинат преобразован в ОАО «Гродно Молкомбинат». В декабре 2019 г. после реорганизации

¹⁷³ Фото взято с официального сайта предприятия.

к ОАО «Молочный Мир» присоединяются ОАО «Щучинский маслосырзавод» и ОАО «Дятловский маслосырзавод». Под нынешним названием предприятие создано согласно решению Администрации СЭЗ «Гродноинвест» 22 мая 2005 г., по которому ОАО «Гродно Молкомбинат» переименован в ОАО «Молочный Мир»¹⁷⁴.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация представлена на отдельном разделе сайта: <https://milk.by/promyshlenny-turizm/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по вторникам и четвергам во второй половине дня по заранее согласованному времени.

Целевая аудитория: дети (с 13 лет) и взрослые; организованные группы от 15 до 25 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется за 5 рабочих дней до предполагаемой даты проведения. Заявки на экскурсии принимаются на электронную почту excursion@milk.by. При себе необходимо иметь паспорт. Группы из учебных заведений предоставляют список экскурсантов с пометкой о состоянии здоровья. На входе на предприятие проводится контроль состояния здоровья.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии зависит от объема дегустационной продукции: до 18 лет — 12 руб. за одного человека, для взрослых — 16 руб.; до 18 лет — 14 руб. за одного человека, для взрослых — 18 руб. Оплата для физических лиц через систему «Расчет» (ЕРИП); для юридических лиц — безналичный расчет по договору.

Фото- и видеосъемка: в цехах запрещено.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по галерее сыродельного цеха, во время которой посетители узнают об истории развития предприятия и процессе изготовления сыра. Затем в специальном зале проходит дегустация продукции (сыры, глазированные сырки, мороженое и др. — зависит от выбранного варианта). Продолжительность экскурсии составляет около 45 минут.

Наличие событийных мероприятий: проведение «Сырного феста».

¹⁷⁴Молочный мир [Электронный ресурс]. — URL: <https://milk.by/> (дата обращения: 28.09.2024).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, нет парковки для автобуса	–	+	+	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако теоретическая возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	Отсутствует

Контакты: excursion@milk.by

ОАО «Торфобрикетный завод ДИТВА»



Место расположения: Лидский район, а.г. Дитва, ул. Заводская.

Координаты: 53.856762, 25.162263.

Специализация и общая характеристика: является одним из самых крупных на территории Беларуси предприятий по добыче торфа и производству топливных брикетов, древесного угля, удобрений «Биогумус».

Краткая история. Проектное задание на строительство торфопредприятия «Дитва» разработано «Белгипроторфом» Министерства торфяной промышленности в 1966 г. Утверждено Советом Министров БССР в 1969 г. Для расселения работников торфопредприятия было предусмотрено строительство поселка. В центральной части жилого поселка сосредоточены объекты культурно-бытового назначения: школа, дом культуры, детский дошкольный центр развития ребенка с бассейном, торговый центр, фельдшерско-акушерский пункт. Жилые двух- и трехэтажные дома полностью газифицированы и обеспечены водопроводом, канализацией, отоплением, горячим водоснабжением.

В 1969–1972 гг. начата добыча торфа на торфяном месторождении «Бережина». В 1972–1975 гг. принят в эксплуатацию брикетный цех. Максимальный объем добычи торфа и выпуска топливных брикетов достигнут в 1983 г. — 462,9 тыс. тонн и 134,3 тыс. тонн соответственно. За период с 1985 г. по 1989 г. выпущено 20 397 тонн гранулированных удобрений.

Институтом «Белниитоппроект» разработан проект производства органического натурального удобрения «Биогумус». За период работы брикетного цеха освоен выпуск торфоугольных и торфолигнинных брикетов.

С 2001 г. на предприятии производится уголь древесный из лиственных пород дерева. В 2004–2009 гг. предприятие изменило форму собственности: реорганизовано в ОАО «Торфобрикетный завод «Дитва».

Добыча торфа на предприятии ведется на двух торфяных месторождениях: «Диковина» кад. № 185 и «Крупка» кад. № 184. Запасы торфа на отведенной части данных месторождений по состоянию на 01.01.2010 составляют 1898,4 тыс. тонн торфа 40 % условной влажности. С учетом перспективы отвода новых площадей, прогнозируемые запасы оцениваются в 3850 тыс. тонн, что обеспечит срок стабильной работы предприятия на 20 лет.

За период работы предприятия рекультивировано и передано в состав заказника местного значения «Березина» и гидрологического заказника «В пойме р. Дитва», находящихся в Лидском и Вороновском районах Гродненской области, 1538,4 га выработанных торфяных полей.

За период работы с 1972 г. по 2009 г. добыто 9,4 млн тонн торфа, из них топливного 7,0 млн тонн, произведено брикетов 3,6 млн тонн, выпущено 21,3 тыс. тонн гранулированных удобрений и 7,9 тыс. тонн органического удобрения «Биогумус»¹⁷⁵.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2017 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях представлена в разделе «Промышленный туризм»: <https://ditva.by/promyshlenny-turizm/>.

Время и режим посещения: в рабочие и выходные дни по согласованию.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 6 лет); группа от 10 до 70 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: согласование даты и времени по телефону. Направляется письмо-заявка с контактными данными, где указывается дата экскурсии, число участников, пожелания по экскурсии (для составления договора).

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии на группы составляет 335,71 руб.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия включает в себя ознакомление с железнодорожной станцией,

¹⁷⁵Торфобрикетный завод Дитва [Электронный ресурс]. — URL: <https://ditva.by/> (дата обращения: 10.09.2024).

железнодорожным депо, осмотр техники. Далее — посадка в вагон и поездка вдоль полей добычи торфа (действующих и рекультивированных) по узкоколейному пути (протяженность около 10 км в одну сторону), осмотр производственной базы с торфодобывающей техникой (по желанию). По дороге ведется экскурсионное обслуживание. Продолжительность экскурсии составляет около 2 часов.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	Магазина нет, но некоторая сувенирная продукция есть	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако теоретическая возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	Выставка техники под открытым небом и небольшая экспозиция в учебной аудитории

Контакты: телефон ответственного за экскурсионное обслуживание +375 (44) 7909706 (Сергей Антонович); market@ditva.by

ОАО «Лидахлебпродукт»



Место расположения: г. Лида, ул. Булата, 1 (вход через центральную проходную).

Координаты: 53.940473, 25.245827.

Специализация и общая характеристика: производитель мукомольной продукции в Республике Беларусь.

Краткая история. В 1927–1929 гг. построена первая механизированная мельница. В 1980 г. начато строительство комбината хлебопродуктов. В 1996 г. комбинат хлебопродуктов преобразован в ОАО «Лидахлебпродукт». В 2013 г. на ОАО «Лидахлебпродукт» введена в эксплуатацию фабрика по производству макаронных изделий. С 2003 г. ведется выпуск самой качественной муки в Республике Беларусь¹⁷⁶.

Экскурсии для туристов предприятие проводит с 2021 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и форма для бронирования экскурсии размещена в отдельном разделе: <https://muka.by/excursion/>.

¹⁷⁶Лидахлебпродукт [Электронный ресурс]. — URL: <https://muka.by/> (дата обращения: 13.08.2024).

Время и режим посещения: сборные экскурсии проводятся с понедельника по пятницу в 10:00 и 14:00. Организованные группы по согласованию. Выходные дни — суббота и воскресенье.

Целевая аудитория: взрослые и дети, организованные группы от 2 до 45 человек (возможность разделение на подгруппы). Для группы детей до 18 лет обязательно присутствие не менее двух и не более четырех взрослых сопровождающих. Взрослые, сопровождающие группу школьников/студентов до 18 лет, являются ответственными за дисциплину детей на производстве. Сопровождающим необходимо контролировать и строго следить за поведением детей.

Система продажи и бронирования экскурсий: для записи нужно заполнить форму на сайте предприятия в разделе «Экскурсия» не позднее 1 рабочего дня до предполагаемой даты проведения экскурсии.

Стоимость и оплата: Стоимость экскурсии от 2 до 10 человек составляет 13 руб./чел.; взрослая группа от 11 до 45 человек — 9 руб./чел.; школьникам и лицам сопровождающим их (от 11 до 45 человек) — 6 руб./чел. Для юридических лиц оплата по безналичному расчету. Для физических лиц возможна оплата на месте в кассу предприятия.

Фото- и видеосъемка: по согласованию в разрешенных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: в маршрут экскурсии входит посещение мукомольного цеха и макаронного цеха. Экскурсанты могут увидеть, как зерно проходит тщательную очистку, помол и превращается в муку высшего сорта; узнать, как из сырья, произведенного в мукомольном цехе, получаются макаронные изделия; понаблюдать за работой поточно-автоматической линии, где макароны формируются, сушатся и упаковываются. Продолжительность экскурсии составляет ориентировочно 1 час.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов	+	+ Брендированную сувенирную продукцию можно приобрести в магазине в фойе предприятия	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (154) 652576

ОАО «Лидпищеконцентраты»



Место расположения: г. Лида, ул. Тавлая, 11.

Координаты: 53.893258, 25.305997.

Специализация и общая характеристика: производство продуктов быстрого приготовления, специй и сухих завтраков; выпускает более 230 наименований продуктов, которые реализуются в 17 странах мира.

Краткая история. Компания начала свою работу в 1944 г. с выпуска брикетированных супов. В 1951 г. начал работу цех овсяных хлопьев «Геркулес». В 1967 г. открыт цех взорванной кукурузы и кукурузных хрустящих палочек. В 1989 г. запущена линия по производству желе. В 1997 г. предприятие получило свое современное название ОАО «Лидские пищевые концентраты». В 2002 г. возник бренд продуктов быстрого приготовления «Лидкон», а в 2007 г. — бренд сухих завтраков «Хрумстик». С 2014 г. известен бренд натуральных приправ и пряностей «Tvitnik». В 2015 г. осуществлен редизайн логотипа «Лидкон». В 2021 г. появился бренд зернового и молотого кофе «PARADA». В 2022 г. появилась новая линейка гранолы «Ufitt» и новый бренд «Priana»¹⁷⁷.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2019 г.

¹⁷⁷Лидпищеконцентраты [Электронный ресурс]. — URL: <https://lidkon.by/> (дата обращения: 13.08.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и форма для бронирования экскурсии размещена в отдельном разделе «Экскурсия»: <https://lidkon.by/ekskursii-na-predpriyatie>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся с понедельника по пятницу в 9:00, 11:00, 14:00. Суббота и воскресенье — выходные дни.

Целевая аудитория: в основном, дети; организованные группы до 25 человек (если группа большая, то разделяется). Для детской группы необходима справка о состоянии здоровья.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 12 руб. с человека; можно оплатить через ЕРИП.

Фото- и видеосъемка: разрешается на территории, в производственных помещениях запрещено.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: маршрут экскурсии включает посещение музейной комнаты, цех кукурузных палочек, знакомство с полным процессом производства, начиная от изготовления полуфабриката до фасовки готового продукта. Дегустация продукции. Вручение подарка. Фото со скульптурой «Хрумстик». Иногда проводится викторина. Продолжительность экскурсии ориентировочно 1 час.

Наличие событийных мероприятий: принимали участие в «ночи музеев» в 2022 г.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
Дорога в отличном состоянии, парковка у предприятия	В кафе при предприятии можно организовать питания для группы	+	Магазина нет, но продукцию и сувениры можно приобрести в музее	Отсутствует	+

Контакты: +375 (154) 605607, +375 (33) 6584932

ОАО «Лидское пиво»



Место расположения: г. Лиды, ул. Мицкевича, 32.

Координаты: 53.897079, 25.302893.

Специализация и общая характеристика: производство алкогольных и безалкогольных напитков.

Краткая история. 1876 г. — рождение завода. Лидский мещанин Носель Зеликович Пупко строит пивной завод на собственном участке. Первую варку пива отмечают кирпичной кладкой на заводской трубе: буквы «Сущ. с 1876 года» сохранились до сих пор. 1899-й или 1900 г. — известна первая этикетка завода «Столовое пиво пивоваренного завода Н. Пупко» — недорогой, мас-совый сорт. Об этом красноречиво сообщает изображение веселого простолюдина с бокалом и бутылкой. Заводское клеймо, олень, опирающийся на бочку, присутствует на 30 этикетках завода.

17 июля 1914 г., во время Первой мировой войны, выходит закон о запрете на производство и продажу алкоголя. В июне следующего года Мейлах Пупко договаривается с местными властями, чтобы «ввиду избежания убытков для казны и завода» переработать пиво в напиток крепостью ниже 1,5 %. В конце сентября 1915 г. Лиду оккупируют немецкие войска. Завод снова варит пиво. А в 1919 г. город занимает Красная Армия, которая требует кваса. Так в 1920 г. появляется лидский квас. Война, а затем мировой экономический кризис

1930-х почти уничтожили лидское пивоварение. В 1920-х завод Пупко выпускает один сорт пива без названия и солодовый напиток. В 1939 г. пивзавод Марка и Семена Пупко переходит в подчинение Бродтреста Народного комиссариата пищевой промышленности БССР.

Во время нацистской оккупации 1941–1944 гг. на заводе продолжалась варка пива. Советские войска освобождают город 8 июля 1944 г. Через десять дней пивоварню передают в распоряжение горисполкома. В 1953 г. начинается реконструкция. Пиво «Лидское» появляется в магазинах в 1967 г. Его авторы — главный пивовар Мария Голяева и заведующий лабораторией завода Полина Смирнова.

В 1985 г. в СССР начинается антиалкогольная кампания. Правительство ограничивает производство алкогольных напитков, в том числе пива. Завод активно переключается на прохладительный ассортимент. В 1992 г. пивзавод становится арендным предприятием, а в 1994 г. — акционерным обществом закрытого типа. В 1996 г. вместе с австрийскими пивоварами «Эгенберг Интернационал» лидчане запускают чешскую линию розлива пива. Завод «Лидское пиво» первым в стране разливает пастеризованное пиво в бутылки. В 2003–2004 гг. вместе с чешскими промышленниками Preiss s.r.o «Лидское пиво» строит варочный цех с компьютеризированной чешской варницей и новое бро-дильное отделение. Мощность завода увеличивается почти в два раза — до 60 млн литров пива в год. Первое пиво, которое варят на обновленном заводе, «Три короля», — одна из наиболее титулованных линеек в истории завода.

В 2008 г. акционеры ОАО «Лидское пиво» находят инвестора — финский концерн Olvi Oyj, объединяющий пивоваров A. Le Coq из Эстонии, Cesu Alus из Латвии, Volfas Engelman из Литвы и Olvi из Финляндии. В 2012 г. на «Лидском пиве» установлен новый автоматизированный и компьютеризированный производственный комплекс. На этикетку возвращается герб, выбранный 130 лет назад основателем завода Носелем Пупко. В 2016 г. пивовары к 140-летию завода выпускают новинки, а «Лидское» стало «Лідскім», бренд начинает говорить по-белорусски. В настоящее время ежегодно компания экспортирует более 60 млн литров продукции — пиво, квас, сидр, энергетические напитки, сок и воду. Продукция поставляется в 20 стран на трех континентах¹⁷⁸.

В 2022 г. на территории завода открылся музей пивоварения. Он разместился в историческом здании пивоварни, запущенной еще в 1876 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях представлена на сайте музея: <https://museum.lidskae.by/ru>.

¹⁷⁸ Лидское пиво [Электронный ресурс]. — URL: <https://lidskae.by/> (дата обращения: 13.08.2024).

Время и режим посещения: экскурсии проводятся со вторника по воскресенье в 10:00, 13:00, 16:00 и 18:00.

Целевая аудитория: взрослые. Согласно правилам предприятия дети до 18 лет на территорию ОАО «Лидское пиво» допускаются только в сопровождении родителей или законных представителей, которые несут полную ответственность за здоровье и безопасность детей, а также полную ответственность за их действия. Однако музей не рекомендует брать детей.

Система продажи и бронирования экскурсий: система онлайн-бронирования находится на сайте музея. Первого числа каждого месяца открывается календарь бронирования на следующий месяц. Бронирование закрывается за 30 минут до предполагаемой экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость одного билета на экскурсию — 30 руб. При покупке 5+ билетов скидка 10 %. Оплата онлайн посредством сервиса webpay или же системы «Расчет» (ЕРИП). Инструкция по оплате размещена на сайте музея.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экспозиции музея предлагают большое число активностей и самых разных экспонатов, в том числе и интерактивных. Посетители познакомятся с историей пивной этикетки, бокала, увидят пивные бутылки завода Носеля Пупко конца XIX–начала XX в. Посещение музея включает в себя экскурсию по трем этажам музея, где рассказывается о производстве пива и истории пивзавода, а также дегустацию 4 сортов лидского пива на четвертом этаже. Длительность экскурсии с дегустацией составляет 1 час 45 минут, однако возможно увеличение продолжительности в зависимости от численности экскурсантов в группе.

Наличие событийных мероприятий: проведения фестиваля LIDBEER.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Ресторан при предприятии. Возможна организация питания туристов	+	Брендовые товары можно приобрести в музее. График работы: Ср., Чт., Пт. с 12:00 по 20:00, перерыв с 16:30 до 17:30. Сб., Вск. с 10:00 до 20:30, перерыв с 16:30 до 17:30.	Отсутствует	+

Контакты: +375 (29) 3631876, +375 (29) 1333358, +375 (154) 535363, lidski.brovar@lidskae.by

РУП «Белорусская атомная электростанция»¹⁷⁹



Место расположения: Островецкий р-н, Ворнянский с/с, 2/7, административно-лабораторно-бытовой корпус (00UYA).

Координаты: 54.752953, 26.086512.

Специализация и общая характеристика, краткая история. В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 12 ноября 2007 г. № 565 «О некоторых мерах по строительству атомной электростанции», в декабре 2007 г. создано государственное учреждение «Дирекция строительства атомной электростанции». Указом Президента Республики Беларусь от 30 декабря 2013 г. № 583 «О реорганизации государственного учреждения «Дирекция строительства атомной электростанции» учреждение реорганизовано в республиканское унитарное предприятие «Белорусская атомная электростанция» (Государственное предприятие «Белорусская АЭС»). Предприятие осуществляет функции заказчика по сооружению и оператора (эксплуатирующей организации) по вводу в эксплуатацию, эксплуатации, ограничению эксплуатационных характеристик, продлению срока эксплуатации и выводу из эксплуатации Белорусской АЭС¹⁸⁰.

¹⁷⁹ Фото взято с сайта belatom.by.

¹⁸⁰ Белорусская атомная электростанция [Электронный ресурс]. — URL: <https://belaes.by/ru/> (дата обращения: 01.10.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация, правила посещения, шаблон оформления документов размещены на сайте: <https://www.belaes.by/ru/infotsentr/poseshchenie-belorussoj-aes.html>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся только в рабочие дни с 9:00 до 16:00.

Целевая аудитория: взрослые, учащиеся (школьники и студенты). Численность группы не должна превышать 25 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: согласование деталей визита (дата, время, транспорт, количество человек и пр.) в Информационный центр АЭС, расположенный в Учебно-тренировочном центре АЭС, осуществляется заранее со специалистами отдела информации и общественных связей Белорусской АЭС по телефонам Информационного центра АЭС. Заранее (не менее чем за 30 дней для граждан Республики Беларусь и не менее чем за 45 дней — для граждан иностранных государств, включая Российскую Федерацию) следует направить письмо с просьбой о посещении Белорусской АЭС на имя генерального директора Республиканского унитарного предприятия «Белорусская атомная электростанция» Бобовича Сергея Олеговича по электронной почте на адрес belaes@belaes.by. В письме указывается наименование предприятия, учреждения или организации, предполагаемая дата посещения, а также номер телефона лица, ответственного за его организацию. Письмо должно быть выполнено на официальном бланке, завизировано подписью руководства и печатью организации (для высших учебных заведений — ректором вуза или деканом факультета). К письму прилагается полный список группы с паспортными данными, который также визируется руководством и печатью. Форма списка приведена на сайте.

О результатах рассмотрения просьбы о посещении Белорусской АЭС можно узнать за 3 дня до предполагаемой даты проведения экскурсии, обратившись в отдел информации и общественных связей. Организатор экскурсии (сопровождающее лицо) перед отправкой письма и списков должен внимательно проверить приложенный к письму список на предмет соответствия указанных в нем паспортных данных каждого члена группы фактическим.

Заявка на экскурсию в Информационном центре АЭС в г. Островце составляется в произвольной форме, с указанием фамилии, имени и отчества посетителей, места их работы либо учебы, а также предпочтительной даты и времени приезда. Необходимо отправить заявку на электронный адрес ic@belaes.by за 7 дней до приезда и позвонить по номеру +375 (1591) 46605, для того чтобы согласовать детали приезда.

Стоимость и оплата: бесплатно.

Фото- и видеосъемка: видео- и фотосъемка любыми средствами у главного административного здания Белорусской АЭС, куда прибывают экскурсанты, на территории, в административных и производственных помещениях объектов АЭС производится с разрешения службы безопасности.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсии проходят либо в Информационном центре АЭС в г. Островце (ул. Восточная, 18А), либо в Информационном центре АЭС, расположенном в Учебно-тренировочном центре АЭС (УТЦ) в непосредственной близости от производственной площадки Белорусской атомной электростанции. Продолжительность экскурсии составляет примерно 1 час.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	+ Возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	Информационный центр

Контакты: +375 (1591) 46605, +375 (1591) 46606 или +375 (1591) 77974, +375 (1591) 77975, ic@belaes.by (информационный центр)

Частное торгово-производственное унитарное предприятие
«РАТОВ»¹⁸¹



Место расположения: Кореличский р-н, Еремичский с/с, д. Долгиново, д. 69.

Координаты: 53.535433, 26.352214.

Специализация и общая характеристика: первая улиточная ферма, которая работает в Беларуси с 2014 г. Здешные питомцы-моллюски растут и питаются по авторской методике хозяйина фермы Владимира Ратова в максимально природных условиях. Ферму можно посетить в рамках экскурсии, посмотреть на ее работу, поддержать в руках гигантских улиток-ахатин и попробовать вкуснейший богатый белком деликатес — мясо улитки¹⁸².

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация представлена на сайте: <http://ratov.by/#rec712331842>.

Время и режим посещения: сборные экскурсии проводятся в выходные дни по графику, размещенному на сайте (в иные дни — по предварительному

¹⁸¹Фото взято с официального сайта фермы.

¹⁸²Ратов [Электронный ресурс]. — URL: <http://ratov.by/> (дата обращения: 01.10.2024).

согласованию); экскурсии носят сезонный характер (ориентировочно с мая по октябрь); в зимнее время работает в формате «школы улиток» (образовательные экскурсии).

Целевая аудитория: взрослые и дети; организованные группы и индивидуальные туристы.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсии осуществляется по телефону или через форму на сайте.

Стоимость и оплата: стоимость полного билета составляет 16 руб., детский билет (7–16 лет) — 12 руб., дошкольникам посещение бесплатно. Оплата возможна по безналичному расчету или наличными в кассе.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия знакомит посетителей с жизнью улиток, особенностями их выращивания, а также с работой фермы непосредственно на территории с улиточными вольерами. Продолжительность экскурсии составляет 1 час. Дегустацию можно заказать на месте за дополнительную плату. Время работы дегустационной зоны: вторник–пятница — с 11:00 до 16:00, суббота–воскресенье — с 11:00 до 17:00. Понедельник — выходной.

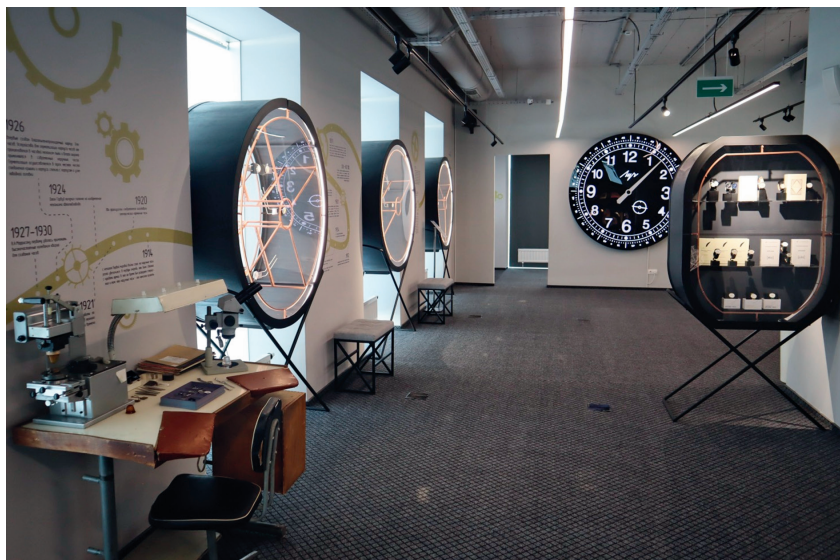
Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
Проезд через д. Турец и Первомайский Поселок. Дорога в хорошем состоянии, парковка с грунтовым покрытием	Можно заказать обед, дегустационные сеты с продукцией фермы	+	+	Специальная безбарьерная среда отсутствует	–

Контакты: +375 (33) 3874647

3.5 Объекты промышленного туризма г. Минск

ОАО «Минский часовой завод»



Место расположения: г. Минск, ул. Натуралистов, 3 (Музей часового дела Беларуси), вход со двора.

Координаты: 53.927494, 27.617185.

Специализация и общая характеристика предприятия: единственное в Беларуси предприятие по производству приборов времени и одно из немногих предприятий советского часпрома, сохранившее полный цикл производства механических часов. За время существования на заводе разработали более 20 механизмов, а моделей часов выпустили еще больше. Также завод занимается изготовлением манометров, печатных плат, GPS-трекеров, приборов проверки доильных установок (ППДУ-01) и другой продукции.

Краткая история предприятия. В начале 1950-х гг. в Советском Союзе назрела необходимость расширить ассортимент и увеличить выпуск наручных и карманных часов. Постановлением Совета Министров СССР и Совета Министров БССР было положено начало созданию часовой промышленности в Беларуси. С этого и началось строительство завода в конце 1953 г. К середине 1955 г. первый этап строительных работ был завершен. 24 ноября 1955 г. Минский часовой завод переведен в число действующих

предприятий, и с конвейера ОАО «Минский часовой завод» сошли первые часы «Заря».

В 1960 г. началась разработка нового калибра часов. Была создана конструкция часов с диаметром механизма 13 мм и высотой 3,4 мм. В 1961 г. выпущена опытная партия часов «Минск» (Луч-1300). Но в 1962 г. освоение часов было приостановлено, и завод переключился на освоение мужских часов «Вымпел». Важным достижением стала разработка собственных механизмов: кварцевых, механических, в том числе с автоподзаводом.

С 1994 г. Минский часовой завод является открытым акционерным обществом. Однако в свободных рыночных условиях руководство завода не смогло сохранить былую мощь предприятия, и в 2006 г. оно было объявлено банкротом. В 2009 г. проведена реструктуризация задолженности, и суд прекратил процедуру банкротства. С 2010 г. 80 % акций Минского часового завода принадлежит швейцарской компании «Франк Мюллер Интернэшнл Б.В.» (Franck Muller International B.V.), благодаря чему на производстве проводится модернизация и осваиваются новые технологии, выпускаются новые коллекции часов, отвечающие современным тенденциям на часовом рынке.

Начиная с 2013 г. предприятием освоено промышленное производство часов с алмазоподобным углеродным покрытием. Покрытие биологически индифферентно, то есть химически не взаимодействует с биологическими тканями (в том числе с кожей). Это покрытие используется уже в течение 20 лет во многих других областях, в частности, для изготовления сердечных клапанов, авиации и Формуле-1.

Сегодня предприятие производит около 150–180 тыс. часов, предлагая потребителю более 1700 моделей как кварцевых, так и механических часов. Продукция ОАО «Минский часовой завод» экспортируется в 14 стран. На заводе трудится свыше 700 человек. Постоянно обновляется оборудование и технологии. В настоящее время ОАО «Минский часовой завод» освоил изготовление часовых сферических стекол для наручных часов круглой формы из сапфира и продолжает работы над освоением стекол из сапфира различной некруглой формы¹⁸³.

Музей часового дела Беларуси открыт в 2023 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях представлена на сайте музея: <https://museum.luch.by/>.

¹⁸³Минский часовой завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://luch.by/> (дата обращения: 21.09.2024).

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительной записи со вторника по субботу с 10:00 до 19:00. Воскресенье, понедельник — выходные дни. Индивидуальное посещение предусматривает посещение музея и осмотр экспозиции без сопровождения экскурсовода в соответствии с режимом работы музея.

Целевая аудитория: взрослые и дети; группы до 25 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию по телефону +375 (44) 5120022.

Стоимость и оплата: входной билет в музей с одного человека: взрослый 9 руб., дети с 6 лет, учащиеся, пенсионеры — 6 руб., льготный (дети до 6 лет, дети-сироты, инвалиды, участники и инвалиды ВОВ при предъявлении удостоверения) — бесплатно.

Стоимость экскурсии по музею: индивидуальная (группа 1–5 чел.) 21 руб., групповая (6–15 чел.) 30 руб., корпоративная (16–25 чел.) 42 руб.

Стоимость экскурсии по производству на одного человека (группа до 10 чел.): взрослые 21 руб., дети с 6 лет, учащиеся и пенсионеры — 15 руб.

Стоимость экскурсии по музею и производству на одного человека (группа до 10 чел.): взрослые 33 руб., дети с 6 лет, учащиеся и пенсионеры — 24 руб.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: во время экскурсии посетители узнают об основных этапах развития часов, а также увидят солнечные, каретные, каминные, карманные часы, а также образцы оборудования, которое использовалось в прошлом для производства часов, редкие модели часов «Луч», выпущенные с 1955 г.: уникальные медицинские, часы для шахтеров и др. В музее есть и интерактивные экспонаты: стол часовщика, за которым были собраны первые модели часов; токарный станок швейцарской фирмы Tornos и проектор для отбраковки деталей. Архивные фотографии дают возможность узнать больше о жизни первых часовщиков, их учебе и работе на Минском часовом заводе. На память о посещении музея можно сделать фото и приобрести сувениры. В рамках экскурсии по производству посетители узнают о технологии создания часов, увидят современное оборудование, посетят механический и сборочный цеха, участок печати циферблатов и участок аэрографии. Продолжительность экскурсии составляет 1 час.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	У предприятия расположено пространство «Лучшая улица» с зоной фудкортов. Также работает кофейня «1801» и магазин предприятия по адресу: пр-т Независимости, 95	+	+	Возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть. Лифт для подъема на этаж с музеем	+

Контакты: +375 (44) 5120022, museum@luch.by

РУП «Издательство «Белорусский Дом печати»



Место расположения: г. Минск, пр-т Независимости, 79/1.

Координаты: 53.922409, 27.600431.

Специализация и общая характеристика предприятия: изготовление печатной продукции с помощью различных технологий — офсетной, флексографской, цифровой печати, печати на ткани.

Краткая история предприятия. На разных этапах своей биографии предприятие именовалось по-разному: Минская губернская типография, Типография Совета Народных Комиссаров Западной области и фронта, 1-я Советская типография, Типография имени И.В. Сталина, Типография издательства «Звезда», «Издательство ЦК КПБ».

В 1797 г. открылась губернская типография, преемником которой является Белорусский Дом печати. 19 декабря 1917 г. — официальная дата основания предприятия «Типография Совета Народных Комиссаров Западной области и фронта». В 1929–1935 гг. осуществлялось строительство Дома печати. В 1975 г. одним из первых в Советском Союзе предприятие освоило офсетный способ печати газеты. В 1988 г. выпускалось 33 центральные и республиканские газеты разовым тиражом свыше 5 млн экз., 36 журналов месячным тиражом 6 млн экз., 19 млн экз. книг в твердом переплете в год.

В 1993 г. создано паспортное производство, осуществлена реконструкция газетного корпуса. На основании Указа Президента Республики Беларусь от 4 августа 1994 г. № 19 «О создании Управления делами Президента Республики Беларусь» предприятие передано в ведение Управления делами Президента Республики Беларусь. В 1998 г. изготовлено 1 491 000 бланков паспортов, 240 000 бланков военного билета, 651 000 краско-оттисков бланков ценных бумаг, 49 344 000 почтовых марок. В 2001 г. периодически печатались 80 журналов. Услугами издательства пользовались 178 редакций газет. Выпущено 23 241,2 тыс. экз. различных книг. В 2007 г. впервые в Республике Беларусь внедрена технология ролевой многокрасочной печати на мелованных бумагах с использованием газовой сушки (технология «хит-сет»). В 2021 г. на спецпроизводстве предприятия начался выпуск биометрических документов: первая партия отгружена по заказу Министерства внутренних дел Республики Беларусь и Министерства иностранных дел¹⁸⁴.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов размещены в отдельном разделе: <https://domdruku.by/produkcziya-i-uslugi/ekskursiya/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по вторникам и четвергам с 11:00 до 16:00 по предварительной записи.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет); организованные группы от 10 до 20 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону и электронной почте.

Стоимость и оплата: Стоимость экскурсии с одного человека составляет 9 руб. (школьники 9–16 лет), 9 руб. (студенты 17–25 лет), 15 руб. (взрослые от 26 лет). Оплата производится по безналичному расчету, путем перечисления денег на расчетный счет.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсионная программа включает в себя посещение производственно-издательского центра с целью информирования и обзора процесса допечатной подготовки редакционного материала и печатных форм; посещение офсетного цеха с целью информирования и обзора процесса печати на офсетных листовых и рулонных машинах; посещение переплетного цеха с целью информирования и обзора процесса послепечатной обработки и изготовления книг и брошюр; посещение газетного цеха с целью информирования и обзора процесса печати газетной продукции.

¹⁸⁴Белорусский дом печати [Электронный ресурс]. — URL: <https://domdruku.by/> (дата обращения: 21.06.2024).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка предприятия	Возможна организация питания для группы	+	Отсутствует. Сувенирная продукция вручается экскурсантам	Специальная безбарьерная среда отсутствует. Теоретически возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	Отсутствует. В планах есть открытие

Контакты: +375 (17) 2922223, otdel_kadrov@domdruku.by

ОАО «МТЗ»



Место расположения: г. Минск ул. Долгобродская, 29; г. Минск, ул. Долгобродская, 35 (здание музея МТЗ).

Координаты: 53.89065, 27.61802 (проходная); 53.889046, 27.619318 (Музейно-промышленный центр трудовой славы МТЗ).

Специализация и общая характеристика предприятия: один из лидеров мирового сельхозмашиностроения; производство тракторной и специальной техники полного цикла.

Краткая история предприятия. 1946 г. — подписано постановление советского правительства № 1142 «О строительстве Минского тракторного завода», которое обязывало Министерство сельскохозяйственного машиностроения СССР и Совет Министров БССР приступить к возведению Минского тракторного завода мощностью 50 гусеничных тракторов в сутки с дизель-моторами 37 л. с. с началом их выпуска в 1948 г. К 31-й годовщине Великого Октября собран первый пусковой мотор. 18 июня 1949 г. в экспериментальном цехе завершена сборка первого образца колесного трактора заводской конструкции. Главный конструктор Минского тракторного завода Иван Иосифович Дронг предложил присвоить новой машине благородное

и величественное имя «Беларусь», с которым она начала свой путь на планете Земля. 1956 г. — изготовлены первые образцы колесного трактора «Беларусь» МТЗ-5, а также трелевочных машин ТДТ-40 и ТДТ-60, в мае начато серийное производство трелевочных тракторов ТДТ-40. 5 мая 1958 г. с главного конвейера сошел 100-тысячный белорусский трактор.

22 июня 1961 г. на главном конвейере собран и обкатан 200-тысячный трактор. В октябре сдан в промышленную эксплуатацию новый главный сборочный конвейер. В 1963 г. изготовлены первые образцы трактора МТЗ-80 мощностью 90 л. с. В строй вступил Минский моторный завод — специализированное предприятие дизельных двигателей. В августе 1966 г. на главном конвейере МТЗ собран 500-тысячный белорусский трактор. 5 ноября 1972 г. в 11 часов 45 минут началась сборка миллионного трактора.

В 1996 г. белорусские тракторостроители торжественно отметили 50-летие Минского тракторного завода. К этому дню тракторный парк Беларуси насчитывал около 100 тыс. машин, в СНГ — каждый 2-й трактор «Беларусь», в страны дальнего зарубежья экспортировано более 500 тыс. машин марки МТЗ. В 2000 г. осуществлена сертификация всех выпускаемых тракторов на соответствие стандартам Евросоюза.

В 2006 г. МТЗ отметил свое 60-летие. К юбилею завода был приурочен выпуск опытного образца сверхмощного трактора «Беларус» мощностью 450 л. с., аналогов которому нет в мире. В 2009 г. состоялась презентация инновационной модели трактора «Беларус-3023». В 2015 г. произведена разработка и внедрение фирменного стиля Минского тракторного завода. Произошло разделение сферы использования логотипов «МТЗ» и «BELARUS», сделав первый заводским брендом, второй — товарным. 14 мая 2015 г., в полдень, со сборочного конвейера цеха № 94 сошел тысячный энергонасыщенный трактор «BELARUS-3522».

26 мая 2016 г. состоялось открытие сквера «70 лет МТЗ». В сквере размещены бренд-конструкция, с наградами завода — орден Ленина и орден Октябрьской Революции, первый трактор МТЗ-2, оборудованы детская площадка и площадка для скейтборда. 29 мая 2016 г. Минский тракторный завод отметил свои 70 лет. В рамках праздничных мероприятий тогда впервые был проведен День открытых дверей, завод посетили тысячи людей: ветераны, школьники, студенты, гости праздника, семьи работников.

13 декабря 2016 г. открылась первая выставочная экспозиция музея Минского тракторного завода, демонстрирующая хронику становления предприятия в 1960–1980 гг. История музея берет свое начало в 1971 году, когда была создана первая выставочная экспозиция в виде комнаты трудовой славы. Современный музей МТЗ может предложить не только артефакты,

но и интерактивные зоны, 5D-кинотеатр для посетителей разных возрастов, место для проведения научно-практических конференций и поэтических вечеров.

23 апреля 2022 г. на Минском тракторном заводе состоялась акция, в которой приняли участие 60 трудовых династий. На мероприятие пригласили династии, три поколения которых трудятся на МТЗ и чей общий стаж превышает 100 лет. В рамках акции заложена Аллея трудовых династий, также был открыт памятный знак, посвященный трудовым династиям МТЗ.

27 мая 2022 г. на центральной проходной состоялось открытие магазина мерча «BELARUS TRACTORS Маркет». Прошел показ брендовой одежды, аксессуаров и сувенирной продукции¹⁸⁵.

Промышленный туризм на МТЗ начал развиваться в 2017 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): <https://belarustractors.com/mtz/sotsialnaya-sfera/promyshlennyy-turizm/> (экскурсии на предприятие); <https://belarustractors.com/mtz/sotsialnaya-sfera/muzeyno-promyshlennyy-tsentr-trudovoy-slavy-mtz/> (музей; также представлен виртуальный 3D тур).

Время и режим посещения: музей работает с понедельника по субботу с 8:00 до 18:00. Информация по времени проведения экскурсий указана ниже.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 9 лет); группа посетителей в возрасте до 18 лет проходит на территорию ОАО «МТЗ» в сопровождении взрослых — не менее 1 взрослого на 10 детей.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на производственную экскурсию осуществляется по рабочим дням с 08:00 до 16:00 по указанным на сайте телефонам, заявка направляется по электронной почте. Для физических лиц запись производится за 1 один рабочий день, для юридических лиц — не менее чем за 3 рабочих дня.

Стоимость и оплата: Информация о стоимости экскурсий указана ниже. Оплата возможна по счету, а также наличными и банковскими карточками. Стоимость посещения музея. Входные билеты: для взрослых — 5 руб., для детей — 2,5 руб. Экскурсия на группу до 10 человек (45 минут): для взрослых — 14 руб.; студентов очной формы обучения — 14 руб.; учащихся школ — 11,90 руб.; работников предприятий холдинга «МТЗ-ХОЛДИНГ» — 14 руб.

Экскурсия на группу от 10 до 25 человек (45 минут): для взрослых — 26 руб.; студентов очной формы обучения — 16,25 руб.; учащихся школ — 16,25 руб.; работников предприятий холдинга «МТЗ-ХОЛДИНГ» — 19,50 руб.

¹⁸⁵Минский тракторный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://belarustractors.com/> (дата обращения: 17.07.2024).

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы:

Экскурсия *«МТЗ: создаем настоящее — тракторы BELARUS»*. Длительность — 1,5 часа. Экскурсия предполагает прогулку по проспектам и улицам Минского тракторного завода, а также посещение механического цеха № 5, где происходит обработка деталей; корпуса сборки тракторов, где расположены два конвейера с крупноузловой сборкой тракторов; выставки тракторной техники BELARUS. Время проведения: понедельник–суббота в 09:00, 11.00, 13.00, 14.30. Стоимость для граждан Союзного государства: дети (с 9 до 18 лет) — 8,75 руб., студенты очной формы обучения — 10 руб., взрослые — 17,50 руб. Стоимость для иностранных граждан: дети (с 9 до 18 лет) — 10,25 руб., взрослые — 20,50 руб.

Экскурсия *«МТЗ: создаем настоящее — тракторы BELARUS»* с посещением музея. Длительность — 1,5 часа. Экскурсия предполагает прогулку по проспектам и улицам Минского тракторного завода, а также посещение механического цеха № 5, где происходит обработка деталей; корпуса сборки тракторов, где расположены два конвейера с крупноузловой сборкой тракторов; выставки тракторной техники BELARUS. После экскурсии — самостоятельное посещение Музейно-промышленного центра трудовой славы МТЗ. Время проведения: понедельник–суббота в 09:00, 11:00, 13:00, 14:30. Стоимость для граждан Союзного государства: дети (с 9 до 18 лет) — 10 руб., студенты очной формы обучения — 12 руб., взрослые — 20 руб. Стоимость для иностранных граждан: дети (с 9 до 18 лет) — 11,50 руб., взрослые — 23 руб.

Услуга *«Собери трактор»*. Услуга предполагает участие в сборке трактора BELARUS с выдачей соответствующего сертификата. Бонус — пешая прогулка по Минскому тракторному заводу с ознакомлением с историей предприятия. К участию допускаются лица, достигшие 18 лет. Группы не более 5 человек. Время проведения: понедельник–пятница в 09:00, 11:00, 13:00. Стоимость — 18,00 руб.

Услуга *«Катание на тракторе»*. Катание проводится на тракторе «BELARUS - 4522» по территории Минского тракторного завода (2 круга по 2,5 км). Группы не более 5 человек. Время проведения: понедельник–пятница в 09:00, 11:00, 13:00. Стоимость катания на тракторе «BELARUS-4522» — 70 руб.

Языки проведения экскурсий: русский, английский, испанский и немецкий (указать при записи). При проведении экскурсии на производстве используется система «радиогид» и усилитель голоса.

Дополнительные услуги: возможность аренды конференц-зала в музее (37,5 м²) вместимостью до 30 человек, где есть все необходимое для проведения презентации или деловой встречи (микшерный пульт, микрофоны,

флип-чарт, Wi-Fi, кофемашина, парковка). Стоимость аренды — 30 руб. в час. Аренда аудиогuida — 5 руб.

Наличие событийных мероприятий: большой популярностью пользуется День открытых дверей. Также стоит отметить проведение открытого турнира по городошному спорту, посвященного Всемирному дню туризма, в котором принимают участие представители туристических компаний и предприятий, занимающихся развитием промышленного туризма в Республике Беларусь. 2 октября 2024 г. турнир состоялся в третий раз.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка напротив проходной предприятия	В объектах общепита завода возможна организация питания для туристов	+	Сувенирную и брендовую продукцию можно приобрести в музее и фирменном магазине (вход справа от проходной)	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	Расположен в отдельном здании.

Контакты: +375 (17) 3989415, +375 (33) 6334183, mtztourism@mtz.by (организация экскурсий на предприятие); + 375 (17) 3330420, + 375 (17) 3989554, + 375 (17) 3989899, museum@mtz.by (посещение музея)

ОАО «Минский завод игристых вин»



Место расположения: г. Минск, ул. Радиальная, 50.

Координаты: 53.896624, 27.642604.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство алкогольных напитков (виноградных и игристых вин, винные коктейли и др.). История Минского завода игристых (ранее — шампанских) вин отсчитывается с 1978 г. Именно тогда, 17 февраля, сошла с конвейера первая бутылка Советского шампанского, а 23 февраля «новорожденный» напиток уже радовал покупателей. В 2001 г. предприятие было вынуждено сменить имя. С 11 апреля «Минский завод шампанских вин» называется «Минский завод игристых вин»¹⁸⁶.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях представлена в отдельном разделе: <https://wines.by/excursions/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в среду (17:30), четверг (14:00 и 17:30), пятницу (14:00 и 17:30) и субботу (11:00 и 14:00) каждой календарной недели.

¹⁸⁶Минский завод игристых вин [Электронный ресурс]. — URL: <https://wines.by/> (дата обращения: 21.09.2024).

Целевая аудитория: взрослые; индивидуальные туристы (сборные группы) и организованные группы. Минимальное количество участников группы 5 человек. Максимальное количество участников группы 20 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: система онлайн-бронирования размещена на сайте предприятия в разделе «Экскурсии».

Стоимость и оплата: стоимость одного билета на экскурсию составляет 50 руб. (без дегустации), 55 руб. (с дегустацией). Физические лица осуществляют оплату за экскурсию в следующие сроки:

если был выбран способ оплаты через ЕРИП — в течение часа с момента брони, но не позднее 16:00 дня, предшествующего дню экскурсии;

если был выбран способ оплаты — оплата в фирменном магазине — в течение 2 суток с момента брони, в любом из фирменных магазинов предприятия, но не позднее 16:00 дня, предшествующего дню экскурсии.

Юридические лица осуществляют оплату за экскурсию в следующие сроки: в течение 3 рабочих дней с момента брони, но не позднее 16:00 дня, предшествующего дню экскурсии, на расчетный счет предприятия, указанный в публичном договоре оказания экскурсионных услуг. Стороны единолично (в одностороннем порядке) составляют и подписывают необходимые первичные учетные документы (акты выполненных работ), подтверждающие совершение хозяйственной операции по публичному договору. Важно учитывать, что при оплате за экскурсию юридические лица обязательно указывают в графе назначение платежа «Оплата за экскурсию (указать дату экскурсии, название юридического лица)».

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: в экскурсию входит экскурсионное сопровождение с посещением цехов предприятия; ознакомление с историей продукции и предприятия; общая информация о предприятии; ознакомление с продукцией, производимой предприятием; ознакомление с процессом производства; дегустация продукции (если выбран вариант с дегустацией). К дегустации предлагаются 7 видов напитков, производимых предприятием, по 30 мл каждого наименования продукта на одного участника дегустации. Продолжительность экскурсии составляет: с дегустацией — не более 2 часов; без дегустации — не более 1,5 часов.

Дополнительная услуга — «Подарочный сертификат на экскурсионные услуги» реализуется по стоимости экскурсии, за наличный расчет или посредством использования банковской платежной карточки, в фирменных магазинах предприятия.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	+	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (29) 7516716

ОАО «Минский автомобильный завод»



Место расположения: г. Минск, ул. Социалистическая, 2; центральная проходная, 3 этаж (музей).

Координаты: 53.862455, 27.654804.

Специализация и общая характеристика предприятия: производитель большегрузной автомобильной, а также автобусной, троллейбусной и прицепной техники.

Краткая история предприятия. 9 августа 1944 г. принято постановление Государственного Комитета Обороны «Об организации автосборочного завода и завода по ремонту танков в районе города Минска». В октябре 1944 г. начата сборка автомобилей из поставляемых на предприятие узлов и деталей. В ноябре 1947 г. для участия в параде 7 ноября в экспериментальном цехе собраны первые пять автомобилей МАЗ-205. В декабре 1949 г. состоялся пуск первого главного конвейера. В 1950 г. осуществлены первые поставки автотехники МАЗ за рубеж. В марте 1965 г. на главном конвейере собран первый автомобиль семейства МАЗ-500, а в конце 1965-го состоялся выпуск последнего автомобиля первого семейства МАЗов — самосвала МАЗ-205 и полный переход на выпуск автомобилей семейства МАЗ-500. В декабре 1974 г. создано производственное объединение

«АвтоМАЗ». Апрель 1982 г. — выпуск 500-тысячного автомобиля семейства МАЗ-500 и сборка 300-го автомобиля МАЗ-6422 в экспериментальном цехе. Июнь 1992 г. — создание в структуре МАЗ автобусного производства. В марте 1993 г. собран первый на заводе городской низкопольный автобус по лицензии предприятия «Neoplan». В 2005 г. начато серийное производство автобусов средней пассажироместимости МАЗ-256. В 2006 г. с технологических линий сошел 5000-й автобус МАЗ. Юбилейным стал туристический лайнер МАЗ-251. В мае 2020 г. презентован первый электробус МАЗ-303Е10. В мае 2021 г. открылось автоспорт-кафе Минского автозавода «МАЗ-Dakar». В 2022 г. состоялась презентация микроавтобусов МАЗ-281040 и МАЗ-365022. Они стали первыми легковыми автомобилями в производственной линейке МАЗ.

Музей был открыт 6 ноября 1967 г., в год 20-летия начала производства автомобилей МАЗ. В 1990 г. получил статус народного музея¹⁸⁷.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация о музее представлена в отдельном разделе: <https://maz.by/about/museum>.

Время и режим посещения: посещение музея предприятия с понедельника по пятницу (9:00–16:00). Сборные экскурсии в 11:00 и 14:00. Выходные дни: суббота, воскресенье. Возможен самостоятельный осмотр экспозиции.

Целевая аудитория: взрослые и дети; индивидуальное и групповое посещение.

Система продажи и бронирования экскурсий: Запись на посещение музея производится по телефону: +375 (17) 2179038.

Стоимость и оплата: вход бесплатный (по предварительной записи).

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: в экспозиции музея общей площадью порядка 400 м² хранятся уникальные архивные документы, фотографии. В хронологическом порядке представлена история становления и развития предприятия, виды выпускаемой техники, перспективы развития. Продолжительность экскурсии 1 час. В музее на экранах транслируются видеоролики, демонстрирующие производственные процессы (сборка большегрузных автомобилей).

Наличие событийных мероприятий: проведение на предприятии Дня открытых дверей.

¹⁸⁷Минский автомобильный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://maz.by/> (дата обращения: 15.07.2024).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания туристов в объектах общепита предприятия	+	В июне 2024 г. на центральной проходной открылся торговый павильон «Стиль МАЗ» с брендированной продукцией	Отсутствует	+

Контакты: +375 (17) 2179038

ОАО «Пивоваренная компания Аливария»



Место расположения: г. Минск, ул. Киселева 30.

Координаты: 53.915263, 27.561795.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство алкогольных и безалкогольных напитков.

Краткая история предприятия. 1864 г. — Рохля Фрумкина строит деревянную пивоварню. Выпускает три сорта — «Баварское», «Столовое» и «Пльзенское». В 1894 г. Кароль Ян Чапский совершенствует процесс производства и возводит здание, где пиво варится и сегодня. В 1904 г. братья Лекерт организуют работу на пивоварне с немецкой педантичностью. Продают пиво в Белостоке, Вильно, Бресте, Гродно, Бобруйске. В 1917 г. завод национализирован и переименован в «Беларусь». 200 сотрудников выпускают 120 тыс. гл. пива ежегодно. Во время нацистской оккупации 1941–1944 гг. на заводе продолжалась варка пива. В 1990-е учреждается открытое акционерное общество «Пивзавод Оливария». Начинается модернизация производства. В 2008 г. международная компания Carlsberg Group становится стратегическим инвестором «Аливарии»¹⁸⁸.

¹⁸⁸Пивоваренная компания Аливария [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.alivaria.by/> (дата обращения: 19.07.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях представлена на отдельном сайте «Музей Аливария»: <https://alivariamuseum.by/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся со вторника по субботу по предварительной записи. Выходные дни — воскресенье, понедельник.

Целевая аудитория: только взрослые.

Система продажи и бронирования экскурсий: система онлайн-бронирования экскурсий размещена на сайте музея.

Стоимость и оплата: стоимость зависит от выбранного маршрута (информация представлена ниже). Заказчик, являющийся юридическим лицом, осуществляет оплату согласно выставленному счету в безналичной форме на расчетный счет компании, указанный в реквизитах публичного договора. Заказчик, являющийся физическим лицом, производит оплату услуг одним из следующих способов: путем оплаты в безналичной форме (по платежной банковской карте) в помещении музея ОАО «Пивоваренная компания Аливария»; путем внесения наличных денежных средств в кассу музея ОАО «Пивоваренная компания Аливария»; путем оплаты через сайт www.alivariamuseum.by.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы:

«Исторический маршрут»: стоимость составляет 30 руб./чел. (25 руб. льготный), длительность экскурсии 1,5 часа. Экскурсия сопровождается увлекательным рассказом о компании, развитии и особенностях пивоварения. В рамках экскурсии можно увидеть старинное оборудование, заглянуть в современные производственные цеха варочного участка. Также предусмотрены посещение исторического корпуса и профессиональная дегустация нескольких сортов пива.

«Гид по стилям пива»: стоимость составляет 35 руб./чел. (30 руб. льготный), длительность экскурсии 1,5 часа. Данный формат подробно знакомит с шестью мировыми сортами пива, особенностями их приготовления и лучшими сочетаниями пенного с закусками в сопровождении профессиональной дегустации. Проводится в выставочном зале музея, без посещения производства и исторического корпуса.

«Спатканне з горадам»: стоимость составляет 35 руб./чел. (30 руб. льготный), длительность экскурсии 1,5 часа. Это интерактивный формат настольной командной игры, напоминающей крокодила/шарады, в которой собраны известные места, выражения и ритуалы, связанные с Минском. Сопровождается профессиональной дегустацией четырех сортов пива. Проводится в выставочном зале музея для больших компаний от 18 до 24 человек по предварительной записи.

«Посещение выставочного зала»: стоимость составляет 20 руб./чел. (17 руб. льготный), длительность экскурсии 30 минут. Такой формат предусматривает быстрое знакомство с историей пивоваренной компании «Аливария», которое включает аудио-экскурсию по выставочному залу музея, знакомство с колесом ароматов и профессиональную дегустацию двух сортов пива. Посещение производства и исторического корпуса в данный формат не входит. Экскурсия доступна для посетителей на постоянной основе в часы работы музея.

Дополнительная услуга. Подарочные сертификаты на «Исторический маршрут» можно приобрести в выставочном зале музея по адресу: ул. Киселева, д. 30а, по предварительному согласованию со специалистом по телефону +375 (33) 3551167 (вторник–суббота с 12:00 до 18:00). Стоимость: 60 руб. (на двоих), 150 руб. (на пятерых).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
Дорога в отличном состоянии, парковки нет	–	+	Сувенирная продукция представлена в музее	Отсутствует	+

Контакты: +375 (33) 3551167

**ОАО «Минский завод колесных тягачей»
(Музейно-выставочный комплекс «Волат»)¹⁸⁹**



Место расположения: г. Минск, пр-т Партизанский, 150.

Координаты: 53.858350, 27.673561.

Специализация и общая характеристика предприятия: выпуск дорожных и внедорожных автомобилей большой грузоподъемности, прицепной техники, специальных колесных шасси под монтаж оборудования для предприятий строительного, нефтегазового и машиностроительного комплексов и др.

Краткая история предприятия. Предприятие ведет отсчет своей истории с 23 июля 1954 г. В этот день приказом директора Минского автозавода № 15сс во исполнение постановления Совета Министров СССР от 25 июня 1954 г. № 1258-563сс и приказов Министра автомобильного, тракторного и сельскохозяйственного машиностроения СССР № 21сс и № 25сс на Минском автомобильном заводе было создано специальное конструкторское бюро № 1 (СКБ-1) по тяжелым колесным артиллерийским тягачам и двигателям к ним с опытной базой. В 1957 г. появился первый четырехосный автомобиль с колесной формулой 8х8 — МАЗ-535. Он предназначался для транспортировки артиллерийских систем массой до 10 т. Появление этого автомобиля

¹⁸⁹Экскурсии проводятся только в рамках приема делегаций, профорientации учащихся и в День открытых дверей на предприятии.

стало настоящей научно-технической революцией в автостроении СССР. Гидромеханическая трансмиссия, полуавтоматическое переключение передач без разрыва мощности, торсионная независимая подвеска, централизованная накачка шин, семь дифференциалов в системе силового привода и многое другое, чему аналогов в мире не было.

В 1961 г. появился опытный образец МАЗ-543, который до сих пор серийно выпускается в разных модификациях. Разработка предназначалась для пусковой ракетной установки первой отечественной управляемой твердотопливной оперативно-тактической ракеты «Темп» с дальностью полета 600 км.

В 1974 г. выпущен МАЗ-547В для модифицированного ракетного комплекса «Пионер-УТТХ». В 1985 г. в качестве альтернативного варианта шасси МАЗ-7906 по программе «Целина-2» построили первый опытный образец уникального двенадцатиосного шасси МАЗ-7907 для той же самоходной пусковой установки. В нем были использованы уже имеющиеся на заводе наработки по шасси с электротрансмиссией. Машина, совершенно не похожая ни на какие другие, состояла из двух шестиосных полноприводных звеньев, соединенных между собой специальными узлами сочленения с шарнирами. В 1992 г. — восьмиосное полноприводное колесное шасси МАЗ-79221 предназначено для размещения изделия, систем и специального оборудования автономной пусковой установки ракетного комплекса «Тополь-М», его транспортно-разгрузочного агрегата и транспортировки их по дорогам I–IV классов. В 1999 г. исполнилось 40 лет с начала серийного производства колесных тягачей, в июле 1999-го — 45 лет создания на МАЗе специального конструкторского бюро № 1, положившего начало будущему Минскому заводу колесных тягачей. В 2007 г. спроектирован и изготовлен первый опытный образец шасси корпусного типа МЗКТ-6922. Шасси МЗКТ-6922 было принципиально новой разработкой сотрудников управления главного конструктора и предназначалось для монтажа системы противовоздушной обороны «Тор».

В 2015 г. начались поставки бортового универсального многоцелевого автомобиля МЗКТ-500200 в пограничные войска Республики Беларусь. В период с 2015 по 2020 гг. разработан целый ряд новых моделей техники. Кроме того, техника VOLAT приобретает свой индивидуальный узнаваемый стиль экстерьера. Новые разработки коснулись практически всех категорий техники, производимых на Минском заводе колесных тягачей. Самое новое оружие на шасси МЗКТ-7930 — белорусский ракетный комплекс «Полонез»¹⁹⁰.

¹⁹⁰Минский завод колесных тягачей [Электронный ресурс]. — URL: <https://mzkt.by/> (дата обращения: 19.07.2024).

Летом 2021 г. состоялось открытие музейно-выставочного комплекса «Волат».

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация о музейно-выставочном комплексе представлена на отдельной странице: <https://www.mzkt.by/about/sotsialnaya-otvetstvennost/social-objects/31025/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в рабочие дни с 9:00 и до 15:00.

Целевая аудитория: взрослые (делегации) и учащиеся (с 14 лет); индивидуальное посещение и в составе организованной группы (не более 15 человек). Для детей от 14 до 18 лет обязательно присутствие не менее двух взрослых сопровождающих.

Система продажи и бронирования экскурсий: необходимо подать заявку на имя главного конструктора от организации или физического лица с указанием планируемой даты, времени проведения экскурсии, контактных данных руководителя или координатора экскурсионной группы, количества участников, краткой характеристики состава группы (учащиеся, трудовой коллектив и т. п.). Не менее чем за 3 рабочих дня до планируемой даты проведения экскурсии следует согласовать дату и время проведения экскурсии. Регистрация участников проводится на проходной по адресу: г. Минск, пр-т Партизанский, 150. Регистрацию проводит экскурсовод. Вход и выход, а также перемещение по территории осуществляется после получения экскурсионной группой разовых пропусков и под контролем экскурсовода (представителя предприятия). До начала проведения экскурсии посетители в обязательном порядке проходят целевой инструктаж по охране труда.

Стоимость и оплата: вход бесплатный (по предварительной записи).

Фото- и видеосъемка: съемка разрешена в музее и на выставочной площадке.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: выставочный комплекс расположен на территории завода и включает открытую площадку с реальными образцами техники и 2 этажа здания музея. В музее можно изучить масштабные макеты практически всех машин, произведенных за время работы предприятия, исторические документы и реальные макеты агрегатов автомобилей VOLAT. Мультимедийное оснащение музея позволяет получить более подробную информацию о технике и самом предприятии. Продолжительность экскурсии составляет 1–1,5 часа.

Наличие событийных мероприятий: проведение на предприятии Дня открытых дверей.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	Отсутствует	+	+

Контакты: +375 (17) 3301838; babiy_i@mzkt.by

ОАО «Кондитерская фабрика Сладыч»



Место расположения: г. Минск, ул. Радиальная, 54/2.

Координаты: 53.901370, 27.639373.

Специализация и общая характеристика предприятия: производитель кондитерских изделий (более 100 наименований различных видов печенья, конфеты, пряники, зефир, вафли). Продукция фабрики экспортируется в страны Евросоюза и СНГ, США, Сербию, Монголию, Китай, Израиль, Грузию, Азербайджан, Иран, Украину, Молдову, Узбекистан и др.

Краткая история предприятия. История предприятия отсчитывается с 1902 г. Именно тогда Георгий Викентьевич Рачковский открыл по улице Захарьевской (современный проспект Независимости) торговое предприятие с названием «Лавка кондитерских изделий». 11 января 1905 г. Г.В. Рачковский получил торговое свидетельство на «Кофейню с кондитерскими продуктами». 15 февраля 1905 г. супруга Г.В. Рачковского — Софья получает промышленное свидетельство на «Пекарню кондитерских продуктов». Оба объекта располагаются по адресу: ул. Захарьевская, дом Ругера. 17 июня 1914 г. старшим фабричным инспектором Минской губернии было объявлено о соответствии торгового заведения Рачковского категории «Промышленные заведения». С этого момента начинается очередной виток

развития предприятия как официального промышленного заведения, в связи с чем переименовывается в Фабрику Кондитерских изделий «Жорж». Производство переносится из арендных помещений в приобретенные помещения в районе будущей улицы Лекерта.

23 июня 1921 г. принимается решение об исключении кондитерской фабрики из подчиненности СНХБ и ее передаче в ведение Управления Трудовыми Коллективами, что также привело к очередному переименованию фабрики — Трудоколлектив «1-ая Белорусская Конфетно-мarmеладная и Кондитерская фабрика». В 1926 г. предприятие было переименовано в Конфетную фабрику «Прогресс». Осенью 1929 г. в честь 12-й годовщины Великой Октябрьской социалистической революции была переименована в кондитерскую фабрику «Коммунарка». При этом производство размещалось на двух производственных площадках: бисквитное производство на ул. Лекерта (ныне ул. Октябрьская); конфетное производство на ул. Мопра (бывший дрожжевой завод «Варшавянка», ныне ул. Коммунистическая).

Во время немецкой оккупации в помещениях фабрики, помимо печенья и пряников, была открыта выработка макаронных изделий. В связи с чем фабрика в 1944 г. переименована в Минскую бисквитно-макаронную фабрику. В 1945 г. вновь созданная Минская бисквитная фабрика начала производство печенья, пряников и макаронных изделий. В 1956 г. на Минской бисквитной фабрике начались мероприятия, длившиеся до 1961 г., по механизации ручного труда: установлены конвейерные печи, механизированы замес теста и формовка печенья, в производстве начато использование природного газа. В 1967 г. газета «Вечерний Минск» отмечает широкий ассортимент и высокое качество производимой Минской бисквитной фабрикой продукции. Печенье «Ореховое с фундуком», крекер «С сыром» и хлебцы «Белорусский гостинец» выпускаются и в настоящее время. 19 июня 1992 г. подписан приказ № 88 о ликвидации Минской бисквитно-полиграфической фабрики как структурной единицы объединения; произошло юридическое и фактическое разделение полиграфического и бисквитного производства, и, соответственно, «переезд» кондитерского производства на площади вновь построенного предприятия по улице Радиальная, 54 (где по сей день и размещается).

1 сентября 1994 г. издан приказ о переименовании Минской кондитерской фабрики № 2 в государственное предприятие «Кондитерская фабрика «Слодыч». 2 января 2001 г. в связи со сменой формы собственности переименована в ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч». На фабрике началось

производство крекера. В 2020 г. принято решение о приобретении производственного оборудования, зданий, иного имущества у ликвидирующего СП ОАО «ИВКОН». 19 марта 2021 г. принимается решение о создании Ивенецкого филиала ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч». 4 октября 2021 г. принимается решение о создании Молодечненского филиала ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»¹⁹¹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях и образцы документов представлены на отдельной странице: <https://www.slodych.by/customers/ekskursii>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся каждый вторник, среду и четверг в 9:30 или в 15:00; в понедельник и пятницу по согласованию.

Целевая аудитория: дети (с 9 лет) и взрослые; организованные группы от 20 до 30 человек (без учета сопровождающих). Для детей до 18 лет обязательно присутствие не менее двух и не более трех взрослых сопровождающих (на каждые 10 человек 1 сопровождающий). Для индивидуальных туристов периодически проходят сборные экскурсии.

Система продажи и бронирования экскурсий: по телефону согласовывается дата и время посещения. Необходимо скачать, заполнить и прислать по электронной почте за 5 дней до даты проведения экскурсии заявку на проведение экскурсии, списочный состав группы посетителей и договор. В день экскурсии необходимо привезти заявку на проведение экскурсии, списочный состав группы посетителей, справку о состоянии здоровья посетителей и договор.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 25 руб. с человека. Оплата экскурсии возможна как безналичным платежом (платежное поручение), так и наличными в кассу предприятия.

Фото- и видеосъемка: разрешена в определенных местах по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия включает в себя посещение музея и производственных помещений; викторину с вручением сувениров, дегустацию, подарок. Продолжительность экскурсии составляет 1,5 часа.

Наличие событийных мероприятий: проведение Дня открытых дверей.

¹⁹¹Слодыч [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.slodych.by/> (дата обращения: 22.08.2024).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия, а также вдоль дороги	Возможна организация питания для группы туристов	+	+	Отсутствует	+

Контакты: +375 (17) 3759838, marketing@slodych.by.

Время работы: 08:30–17:00 — будни, с 12:15 до 12:45 — обед

**Государственное предприятие «Минсктранс»
(Музей городского пассажирского транспорта)**



Место расположения: г. Минск, пр-т Партизанский, 6.

Координаты: 53.885043, 27.585992.

Специализация и общая характеристика предприятия: городские, пригородные и некоторые международные перевозки.

Краткая история предприятия. В феврале 1947 г. образован Минский автобусно-таксомоторный парк. Автобусов тогда насчитывалось немногим более 40. В штат парка входило 37 водителей, 18 кондукторов, 11 ремонтных рабочих и 10 инженерно-технических работников. С 1948 г. парк начал пополняться новыми автобусами марок ГАЗ и ЗИС. В ноябре 1949 г. Совет Министров БССР принял постановление о строительстве в Минске троллейбусной линии. В конце марта 1952 г. Минское управление трамвая переименовали в трамвайно-троллейбусное. 19 сентября 1952 г. первая очередь троллейбусной линии от пассажирского вокзала до Круглой площади вступила в строй. Ее общая протяженность по маршрутному кольцу составила более 6 км. В 1956 г. протяженность трамвайных маршрутов составила 48, а троллейбусных — 16 км, город имел 122 трамвайных вагона и 39 троллейбусов. В начале 1960-х в Минске развитие трамвая практически остановилось, и трамвай уступил первенство троллейбусу. Однако, несмотря на снижение роли этого вида транспорта, трамвайное хозяйство в Минске продолжало развиваться. Было построено новое депо на 250 вагонов, на путях уложены

рельсы желобчатого профиля типа «Феникс», появились литые стрелочные переводы, обогрев которых производили уже электричеством. Из инвентаря исключили последние 12 трамвайных вагонов выпуска 1931–1932 гг. В 1970 г. электротранспортом в Минске перевозилось ежедневно 550–600 тыс. пассажиров. По городу курсировало более 400 единиц подвижного состава. Трамвайно-троллейбусное управление к началу 1970-х стало крупным предприятием. Здесь работало 3400 человек, причем около половины этого количества составляли женщины.

Автобус как наиболее мобильный вид транспорта всегда был первопроходцем, открывавшим в городе новые маршруты. 1956 г. является новым этапом, с которого минское автобусное хозяйство стало приобретать современные черты. В парк поступили автобусы ЗИЛ-127, ЗИЛ-158, ПАЗ-652, ЛАЗ-695. Предприятие насчитывало более 450 машин.

Отделился таксомоторный парк. Первый автобусный парк — так стало именоваться предприятие — объединял под своей крышей автобусы, обслуживавшие междугородные, пригородные и внутригородские линии. Был ликвидирован многоступенчатый тариф платы за проезд на городском транспорте. С января 1958 г. стоимость билета на автобусе и троллейбусе стала одинаковой. В 1976 г. введен единый проездной разовый талон на два вида транспорта — автобус и троллейбус.

26 ноября 2003 г. создано Транспортное коммунальное унитарное предприятие «Минсктранс» путем слияния унитарных предприятий «Минскгорэлектротранс», «Минскпассажиравтотранс», «Управление транспорта и связи Мингорисполкома» и «Минский метрополитен». С этого момента в истории пассажирского транспорта белорусской столицы начинается принципиально новый период. В автобусные, троллейбусные и трамвайные парки Минска поступает подвижной состав производства только белорусских компаний «Неман», «МАЗ», «Белкоммунмаш» и украинские автобусы «Богдан», собранные на территории Республики Беларусь под брендом «Радзіміч». В 2004 г. структура «Минсктранса» пополняется тремя новыми филиалами: Агентством «Минсктранс», «Службой энергохозяйства» и сельскохозяйственным комплексом «Великополье». В 2008 г. КУП «Минсктранс» прирастает еще одним подразделением — в его состав входит «Ремонтно-механический завод».

Вводится в эксплуатацию новая тяговая подстанция. Она осуществляет питание контактной троллейбусной сети по ул. Тимирязева и первому городскому кольцу. Начинаются строительные работы на автовокзале «Центральный». С 2009 г. КУП «Минсктранс» официально переименован в коммунальное транспортное унитарное предприятие «Минсктранс», или государственное предприятие «Минсктранс». В 2011 г. после завершения

долгих строительных работ открывается автовокзал «Центральный». Объект имеет огромное стратегическое значение для Минска. В 2012 г. на остановочных пунктах устанавливаются электронные табло, на которых оперативно отражается информация об ожидаемом времени прибытия общественного транспорта.

Во всех филиалах предприятия проводится усиленная модернизация производственных участков, зданий и сооружений. Год 2014-й ознаменован, прежде всего, внедрением автоматизированной системы оплаты и контроля проезда на всем столичном пассажирском транспорте — в салонах появляются устройства для считывания информации с бесконтактных смарт-карт (валидаторы). Транспортники производят модернизацию более 2500 единиц подвижного состава. Из салонов столичного транспорта исчезают кондукторы. Вводится единый проездной билет, обеспечивающий проезд во всех видах городского общественного транспорта.

У водителей предприятия появляется корпоративная форменная одежда. Закрывается автовокзал «Московский». В 2015 г. из состава государственного предприятия «Минсктранс» выходит КУП «Минский метрополитен». С 1 сентября 2016 г. автобусные парки предприятия перешли на электронную систему учета транспортной работы. В салонах автобусов № 1 и № 100 заработала система «Электронный гид», позволяющая передавать визуальную и звуковую информацию о маршруте, культурных и архитектурных объектах по пути следования и др. Самым значимым транспортным проектом 2017 г. для республики стал ввод в эксплуатацию нового вида транспорта — электробуса. В 2019 г. проведено масштабное обновление подвижного состава. В «Минсктранс» поступили автобусы марки «МАЗ» и «Неман», электробусы производства «Белкоммунмаш» и троллейбусы с автономным ходом производства Минского автомобильного завода.

В 2019 г. филиал «Служба энергохозяйства» организовал производство лыжероллеров с логотипом «Минсктранс». Они предназначены для профессиональных и начинающих спортсменов, а также для любителей лыжного спорта. С 1 сентября 2020 г. на всем городском пассажирском транспорте стало возможным оплатить проезд смартфоном с помощью мобильных приложений. В 2021 г. предприятию поставлено 289 современных комфортабельных автобусов с двигателем экологического класса Евро-5, среди которых можно выделить 4 автобуса третьего поколения модели МАЗ-303; 150 троллейбусов с увеличенным до 15 км автономным ходом, 11 электробусов модели Е321 с запасом автономного хода около 50 км (производства ОАО «Управляющая компания холдинга «Белкоммунмаш») и 4 электробуса модели МАЗ-303Е10 с функцией ночной зарядки и запасом автономного

хода до 300 км (производства ОАО «Минский автомобильный завод»). Для предоставления объективной оперативной информации о времени до прибытия пассажирских транспортных средств на остановочных пунктах города предприятием установлено 501 электронное табло, в том числе 23 мультимедийных.

По проспектам и улицам Минска курсирует 1034 единицы подвижного состава, оборудованные мониторами с транспортной информационной системой «Электронный гид».

Разработана новая версия официального сайта предприятия, позволяющая иметь свое электронное табло в смартфоне. На официальном сайте предприятия работает сервис «Виртуальное табло на остановочных пунктах». Фактическое расписание движения подвижного состава доступно любому пассажиру, имеющему мобильный телефон с подключенным интернетом; абонентам сотовой связи доступна информация о времени до прибытия общественного транспорта на остановочный пункт с помощью USSD-запроса.

В октябре 2018 г. открыл свои двери Музей городского пассажирского транспорта. Это единственный в Республике Беларусь музей, экспозиция которого представлена всеми видами общественного транспорта¹⁹².

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация о музее и условиях посещения размещена на сайте: <https://minsktrans.by/onas/muzej-gorodskogo-passazhirskogo-transporta/>.

Время и режим посещения музея: вторник–пятница: 8:00–19:30 (касса и вход для посетителей: 8:00–19:00). Суббота: 10:00–18:00 (касса и вход для посетителей: 10:00–17:30). Выходные: воскресенье, понедельник. Санитарный день — последний четверг месяца.

Целевая аудитория: дети и взрослые; организованные группы до 45 человек; для индивидуальных туристов формируются сборные группы.

Система продажи и бронирования экскурсий: предварительную запись на посещение (экскурсию) музея и использование услуг актового зала можно осуществить по тел. +375 (17) 3549383.

Стоимость и оплата: посещение музея с экскурсионным сопровождением на одного человека: взрослые — 10 руб., дети с 3-х лет; учащиеся школ, ССУЗов, ВУЗов; пенсионеры — 7 руб., дети до 3-х лет; дети-сироты, инвалиды, УВОВ и ИВОВ при предъявлении удостоверения — бесплатно. Оплата может быть произведена на месте в кассе.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

¹⁹²Минсктранс [Электронный ресурс]. — URL: <https://minsktrans.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: музей включает в себя основной экспозиционный зал с мини-кинотеатром, мультимедийным инфокиоском и видеостеной, где представлены история и развитие общественного транспорта от конки до электробуса. Два выставочных зала: экспозиция, посвященная государственному предприятию «Минсктранс»; выставка ретромотоциклов и велосипедов. Выставка раритетной техники под открытым небом, которая насчитывает 30 единиц подвижного состава — автобусы, троллейбусы и трамваи. Продолжительность экскурсии 1 час.

Дополнительные услуги: фотозона (съемочная площадка) для индивидуальной фотосессии (видеосъемки) в личных некоммерческих целях — 30 руб. Фотозона для фотосессии (видеосъемки) в коммерческих целях или в рамках работы над творческим проектом: стоимость рассчитывается индивидуально для каждого проекта по обязательной предварительной заявке заказчика и согласованию с администрацией предприятия и филиала.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
Дорога в отличном состоянии, парковки нет	Отсутствуют	+	Сувенирную продукцию можно приобрести на кассе музея	Отсутствует	+

Контакты: +375 (29) 2178851, +375 (17) 3549383, transportmuseum@tut.by

**Государственное предприятие «Минский метрополитен»
(Выставочная экспозиция по истории Минского метрополитена)**



Место расположения: экспозиционные площадки расположены на уровне кассовых залов станции метро «Могилевская», вход находится за линией контроля.

Координаты: 53.861677, 27.674521.

Специализация и общая характеристика предприятия: городские пассажирские перевозки.

Краткая история предприятия. Постановление о строительстве метрополитена в столице БССР г. Минске было принято Советом Министров СССР 4 февраля 1977 г. 3 мая 1977 г. начато строительство метро, а 4 ноября 1977 г. со строительной площадки будущей станции «Парк Челюскинцев» начаты работы по проходке тоннелей. 29 июня 1984 г. в канун 40-й годовщины освобождения Минска от немецко-фашистских захватчиков в годы Великой Отечественной войны, началось регулярное движение поездов Минского метрополитена. Запущена первая линия от станции «Институт Культуры» до станции «Московская», протяженностью 7,84 км с восьмью станциями и электродепо «Московское».

Эксплуатация первого участка линии метро показала необходимость продления ветки, и в 1986 г. в эксплуатацию введен участок от станции «Московская» до станции «Восток» протяженностью 1,71 км.

С 1985 г. начато строительство первого участка второй линии метро от станции «Тракторный завод» до станции «Фрунзенская». Его протяженность составила 6,12 км. В 1990 г. в постоянную эксплуатацию введены первые шесть станций Автозаводской линии.

В последующем введены в строй:

в 1995 г. — участок продления второй линии от станции «Фрунзенская» до станции «Пушкинская», протяженностью 2,92 км с двумя станциями;

в 1997 г. — участок продления второй линии от станции «Тракторный завод» до станции «Автозаводская», протяженностью 3,55 км с двумя станциями;

в 2001 г. — участок продления второй линии от станции «Автозаводская» до станции «Могилевская», протяженностью 1,79 км;

в 2003 г. — электродепо «Могилевское»;

в 2005 г. — участок продления второй линии от станции «Пушкинская» до станции «Каменная Горка», протяженностью 3,93 км с тремя станциями;

в 2007 г. — участок продления первой линии от станции «Восток» до станции «Уручье», протяженностью 2,69 км с двумя станциями;

в 2012 г. участок продления первой линии метрополитена от станции «Институт Культуры» до станции «Петровщина», протяженностью 5,12 км с тремя станциями;

3 июня 2014 г. — участок продления первой линии метрополитена от станции «Петровщина» до станции «Малиновка», протяженностью 1,85 км;

6 ноября 2020 г. — первый участок третьей линии метрополитена от станции «Ковальская Слобода» до станции «Юбилейная площадь», протяженностью 3,53 км с четырьмя станциями.

Отличительной особенностью строительства Минского метрополитена стала небольшая глубина заложения станций. Из-за высокого уровня подъема грунтовых вод станции пришлось размещать буквально под земной поверхностью, на глубине всего 10–17 метров. Самой глубокой на сегодняшний день является станция «Юбилейная площадь», расположенная на глубине более 25 м.

В 2015 г. из состава государственного предприятия «Минсктранс» выходит КУП «Минский метрополитен»¹⁹³.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация представлена в отдельном разделе сайта: https://metropoliten.by/o_metropolitene/museum/.

¹⁹³Минский метрополитен [Электронный ресурс]. — URL: <https://metropoliten.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Время и режим посещения: по предварительной записи.

Целевая аудитория: взрослые и дети; организованные группы от 5 до 20 человек.

Система бронирования экскурсий: запись на экскурсию по выставочной экспозиции осуществляется по телефону + 375 (17) 2196067 с 15:00 до 16:00 по понедельникам и средам, с 15:00 до 15:45 по пятницам; на основании предварительных заявок, поступивших на электронную почту zayavka@metropoliten.by.

Стоимость и оплата: посещение бесплатное на основании заявок.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по музейной экспозиции. Некоторые экспонаты (например, кабина машиниста метро) доступны для посетителей. Есть обучающие мультфильмы для детей. Продолжительность экскурсии составляет примерно 1 час.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
Дорога в отличном состоянии, парковка возле станции метро «Могилевская»	Отсутствуют	На станции в переходе	Отсутствует	+	+

Контакты: +375 (17) 2196067, zayavka@metropoliten.by

ОАО «Минский маргариновый завод»



Место расположения: г. Минск, ул. Козлова, 27.

Координаты: 53.904974, 27.595153.

Специализация и общая характеристика предприятия: один из крупнейших производителей масложировой продукции в Республике Беларусь.

Краткая история предприятия. В 1951 г. выпущена первая пачка маргарина. И уже через год объем производства маргариновой продукции составил 8000 тонн. В 1953 г. выпущена первая пачка майонеза. Всего в этот год выпущено 2,3 тыс. тонн майонеза и 2,5 тыс. тонн маргарина. Закупается новое оборудование: две автоматизированные линии по выпуску маргарина в мелкой расфасовке и линия непрерывной дезодорации жиров и масел. 1970–1980 гг. — период резкого увеличения объемов выпуска продукции. 1990 г. — выпускается уже 18 наименований маргарина и майонеза.

30 декабря 1993 г. государственное предприятие «Минский маргариновый завод» преобразовано в открытое акционерное общество «Минский маргариновый завод», которое вошло в состав концерна «Белгоспищепром». В период 1990–2000 гг. проведена реструктуризация производства: выде-

лены в обособленные структурные подразделения комбинат общественно-го питания и торговли и майонезный цех. В 2000 г. предприятие участвует в программе «Рапс» в целях создания собственной базы растительного масла. В 2003 г. внедрен процесс «вымораживания» растительных масел, который позволил получить масла с улучшенными физико-химическими показателями. В 2006 г. приобретена высокоэффективная линия розлива масел производительностью до 3000 бут/час. В производственный цикл добавлен автомат по выдуву ПЭТ-бутылок. 2008–2011 гг. — модернизация цеха производства майонеза с установкой немецкого оборудования. Модернизирован участок рафинации масел с установкой линии непрерывной рафинации и винтеризации жиров. В это период осуществлено производство новых видов продукции: хрен, горчица в стеклянной баночке, кетчуп в упаковке дой-пак. Расширился ассортимент растительных масел. Начато производство подсолнечно-оливкового, подсолнечно-кукурузного, рапсово-подсолнечного масла. В 2016 г. введена в эксплуатацию линия непрерывной дезодорации масел «Кирхфельд» с парогенератором высокого давления, что позволило выйти на качественно новый уровень выпускаемой продукции. В 2017–2020 гг. выпускается более 80 наименований продукции, непрерывно совершенствуется производственный процесс, увеличиваются поставки на экспорт. Конец 2021 г. — создана новая торговая марка «ВкуСноБ»¹⁹⁴.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2024 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов размещены в отдельном разделе сайта: <https://margarin.by/turizm/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся каждый понедельник, вторник, среду и четверг с 9:30 до 17:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет); организованные группы от 10 до 25 человек. Для групп, состоящих из детей до 18 лет, обязательно присутствие не менее двух взрослых сопровождающих, которые несут ответственность за жизнь и здоровье несовершеннолетних.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется не позднее 2 рабочих дней до предполагаемой даты экскурсии (при наличии свободных мест). Перед записью на экскурсию обязательно связаться со специалистами для уточнения свободной даты посещения, затем прислать на электронную почту marketing@margarin.by с пометкой «Экскурсия» заявку на проведение экскурсий, списочный состав группы

¹⁹⁴Минский маргариновый завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://margarin.by/> (дата обращения: 14.08.2024).

посетителей. В день экскурсии нужно привезти актуальную заявку, список группы и квитанцию об оплате экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 15 руб. за одного человека без подарка и 20 руб. с подарком. Оплата экскурсии возможна как безналичным платежом (банковская платежная карточка), так и наличными в кассу предприятия.

Фото- и видеосъемка: на производстве запрещена; разрешена в установленных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: программа экскурсии включает посещение музея предприятия с демонстрацией музейной экспозиции; просмотр фильма о предприятии; проведение викторины и конкурсов; дегустацию; вручение экскурсантам сувениров и продукции предприятия; мастер-классы (изготовление масла и майонеза). Дети на производство не допускаются. Продолжительность экскурсии составляет ориентировочно 1 час. Используется система «радиогид».

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой возможна организация питания для группы туристов	+	Магазина нет. В столовой предприятия есть торговая секция, где можно приобрести продукцию	Отсутствует	+

Контакты: + 375 (17) 3744645; + 375 (29) 3296805 (Валерия и Ольга);
+ 375 (44) 7564826 (Анастасия). Время работы специалистов:
08:00–17:00 — понедельник–четверг, 08:00–16:45 пятница.
Обед с 11:45 до 12:30

СООА «Коммунарка»



Место расположения: г. Минск, ул. Аранская, 18.

Координаты: 53.886954, 27.578045.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство кондитерских изделий. Фабрика специализируется на выпуске шоколада, конфет, ириса, какао-продуктов.

Краткая история предприятия. История предприятия начинается в 1905 г. с основанием «Кофейни с кондитерскими продуктами, пекарни кондитерских продуктов Георгия Викентьевича Рачковского». К 1914 г. становится «Фабрикой кондитерских изделий Жорж». На национализированной производственной базе «Жоржа» в 1921 г. формируется «Первая белорусская кондитерская фабрика». В 1926 г. ее переименовали в кондитерскую фабрику «Прогресс». В 1929 г. принято решение перенести фабрику на новое место. Тогда же в честь 12-й годовщины Великой Октябрьской Социалистической революции предприятие стало называться «Коммунарка». Официальным днем рождения предприятия принято считать 1 мая 1931 г. Именно тогда в торжественной обстановке был открыт первый корпус новой механизированной фабрики. В 1934 г. «Коммунарка» стала предприятием союзного значения. Вторая половина 1950-х стала знаковым временем для фабрики — были разработаны новинки, которые сразу и на долгие годы

завоевали популярность: «Шоколадные бутылочки» (1957), «Грильяж на арахисе» (1959), «Суфле» (1960). Во второй половине 1960-х в ассортименте выпускаемой продукции прописались марки сладостей, ставшие для многих поколений советских людей воистину культовыми. Среди популярных новинок можно назвать конфеты «Красная Шапочка», «Столичные», «Кара-Кум», «Белочка», «Красный Мак», «Аэрофлотские», «Селена». В 1965 г. появился плиточный шоколад «Аленка», соавторами которого являлись специалисты фабрики, на многие годы ставший бестселлером всей советской «кондитерки». С тех пор рецептура остается неизменной. В 1994 г. фабрика «Коммунарка» преобразована в открытое акционерное общество. В 2006 г. правительство включило «Коммунарку» в перечень валообразующих предприятий страны¹⁹⁵.

Фабрика «Коммунарка» стала первой среди кондитерских предприятий страны проводить производственные экскурсии¹⁹⁶.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация и образцы документов с комментариями по заполнению представлены в отдельном разделе сайта: <https://kommunarka.by/service/ekskursia/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся каждый будний день в 09:30, 12:30, 15:00; в субботу в 9:00, 11:00, 13:00, 15:00. Воскресенье — выходной.

Целевая аудитория: для туристических компаний максимальная численность группы экскурсантов составляет 40 человек (без учета сопровождающих); Для физических лиц, а также организованных групп учащихся школьников (только с 4 класса), максимальная численность экскурсантов составляет 40 человек (без учета сопровождающих). Взрослые, сопровождающие группу школьников/студентов, несут полную ответственность за поведение школьников/студентов на производстве (на 10 учащихся — один сопровождающий/взрослый). Экскурсии проводятся для организованных групп. Также экскурсии проводятся в частном (индивидуальном) порядке в составе сборных групп.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется не позднее 1 рабочего дня до предполагаемой даты про-

¹⁹⁵Коммунарка [Электронный ресурс]. — URL: <https://kommunarka.by> (дата обращения: 09.09.2024).

¹⁹⁶Пациенко, С.А. Экскурсионная деятельность кондитерских предприятий в контексте развития промышленного туризма в Республике Беларусь // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты: материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. — Минск, 2023. — С. 239

ведения экскурсии (при наличии свободных мест). Бронирование даты и времени экскурсии производится в будние дни с 10:30 до 12:00 по телефону +375 (17) 2292775. После согласования даты и времени необходимо заполнить заявку. Заявка высылается в течение суток на электронную почту promtur@kommunarka.by (в письме указываются данные для обратной связи).

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии (для группы из любого количества человек) 40,20 руб. за одного человека. В стоимость входит посещение производственных цехов; санитарная одежда; дегустация кондитерской продукции, вручение сладкого сувенира. Для групп экскурсантов из учреждений образования стоимость за одного сопровождающего/взрослого составляет 18 руб. с НДС без учета дегустации и сладкого подарка или 21,30 руб. с НДС с горячими напитками (чай или кофе) — строго один сопровождающий на 10 школьников/студентов.

Оплата по безналичному расчету. Возможна оплата в системе «Расчет» (ЕРИП) (для оплаты карточками резидентов Беларуси и иностранных карт можно перейти по ссылкам и QR-коду на сайте предприятия).

Фото- и видеосъемка: на территории кондитерской фабрики запрещена.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсионная программа по производству с дегустацией выпускаемой кондитерской продукции, вручением сладкого сувенира. Продолжительность экскурсии ориентировочно 90 минут. Используется система «радиогид».

Дополнительные услуги:

«Экскурсия+обед»: стоимость экскурсии (для группы из любого количества человек) 40,20 руб. за 1 человека или 43,50 руб. за 1 человека + стоимость обеденных сетов: 12 руб., 17 руб., 19 руб.

«Экскурсия+кофейня»: стоимость экскурсии (для группы из любого количества человек) 40,20 руб. за 1 человека или 43,50 руб. за 1 человека + стоимость сетов: 13 руб., 14 руб.

Ознакомиться с меню и ценами можно на сайте в разделе об экскурсии.

Трансфер по Минску: комфортабельный автобус до 19 человек; стоимость в одну сторону до СОАО «Коммунарка» — 60 руб., в обе стороны — 120 руб.

Подарочный сертификат «Коммунарка» на получение выпускаемой кондитерской продукции в фирменных магазинах. Стоимость сертификата: 10 (десять), 20 (двадцать), 50 (пятьдесят) и 100 (сто) белорусских рублей.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов	+	+	—	—

Контакты: бронирование по номеру +375 (17) 2292775; контакты экскурсоводов: +375 (33) 3706148 (Елена), +375 (33) 3700800 (Елена); promptur@kommunarka.by.

Для организации обедов в столовой от шеф-повара «Коммунарки» письмо-заявка отправляется на e-mail: promptur@kommunarka.by, stolovaya@kommunarka.by. Столовая «Коммунарка» конт. номер: +375 (29) 5961798, +375 (44) 5877791 — Алла.

Для организации посещения кофейни «Коммунарка» письмо-заявка отправляется на e-mail: promptur@kommunarka.by, fm2@kommunarka.by. Кофейня «Коммунарка» конт. номер: +375 (17) 3705671, +375 (33) 3706300 — Светлана

ОАО «Управляющая компания холдинга Белкоммунмаш»



Место расположения: г. Минск, ул. Переходная, 64Б-2 (главный корпус со стороны ул. Радиальная).

Координаты: 53.887838, 27.648840.

Специализация и общая характеристика предприятия: производитель наземного городского электрического колесного и рельсового транспорта.

Краткая история предприятия. 1973 г. — открытие Минского ремонтно-го трамвайно-троллейбусного завода. 1994 г. — выпуск первого белорусского троллейбуса модели 101. 1999 г. — начало производства троллейбусов серии SYABAR модели 321 и трамвая модели 1М. 2007 г. — создание троллейбуса нового поколения VITOVT — модели 420. 2009 г. — разработка первого полунизкопольного трамвая модели 621. 2015 г. — начало производства троллейбусов серии SYABAR с увеличенным автономным ходом. 2016 г. — запуск в серийное производство электробусов серии VITOVT на базе суперконденсаторов. 2019 г. — создание первого праворульного электробуса обновленной серии VITOVT для стран с левосторонним движением. 2020 г. — получение первого сертификата ЕС для электробуса серии OLGERSD модели E321. 2021 г. — разработка прототипа грузового автомобиля VITOVT Truck Electro Prime¹⁹⁷.

¹⁹⁷Белкоммунмаш [Электронный ресурс]. — URL: <https://holdingbkm.com/> (дата обращения: 10.09.2024).

Экскурсии на предприятии для туристов проводятся с 2022 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях и образцы документов представлены на отдельной странице: <https://holdingbkm.com/news/promyshlennyy-turizm/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся в рабочие дни с 10:00 до 15:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 8 лет); организованные группы от 15 до 30 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: для записи на экскурсию необходимо ознакомиться с договором; заполнить заявку; отправить заполненную заявку на электронную почту tour@belcommunmash.by. После получения заявки специалист предприятия связывается с заказчиком.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 10 руб. с человека.

Фото- и видеосъемка: по согласованию в разрешенных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия по предприятию включает в себя знакомство с историей завода; знакомство с основными этапами производства электротранспорта; посещение современного цеха покраски; викторину с призами; памятный брендовый сувенир всем посетителям. Продолжительность экскурсии составляет около 1,5 часа. Экскурсовод использует усилитель голоса.

Наличие событийных мероприятий: проводится День открытых дверей.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия вдоль дороги	Возможность организация питания для группы	+	Магазина нет. Сувенирная продукция вручается на экскурсии	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (17) 3111865, tour@belcommunmash.by

КУП «Минскхлебпром»



Место расположения: г. Минск, ул. Калиновского, 4 (Хлебозавод № 5); г. Минск, ул. Гурского, 19 (Хлебозавод № 6).

Координаты: 53.947164, 27.622223 (Хлебозавод № 5); 53.87994, 27.48886 (Хлебозавод № 6).

Специализация и общая характеристика предприятия: изготовление хлебобулочной и кондитерской продукции.

Краткая история предприятия.

Хлебозавод № 5 на протяжении многих лет занимает одну из лидирующих позиций по производству хлеба, хлебобулочных и кондитерских изделий. Хлебозавод обеспечивает своей продукцией свыше 600 торговых организаций. 13 февраля 1967 г. введен в эксплуатацию хлебный участок мощностью свыше 84 тонн. Эта дата и считается началом истории хлебозавода. На хлебозаводе № 5, одном из первых в республике, были смонтированы и освоены тоннельные печи импортного производства. Работниками постоянно совершенствуются существующие рецептуры, разрабатываются новые виды изделий, изучаются предпочтения и пожелания покупателей. Продолжением развития функционального направления в ассортименте стала линейка продуктов «Здоровые хлеба»: хлеб пшеничный «Гонар» зерновой; хлеб пшеничный «Гонар» овощной. Специалистами хлебозавода внедрено и запущено

в производство печенье «Ит Ми» в ассортименте: мультизлаковое, арахисовое, имбирно-пряное, с карибе. Ежедневно хлебным участком хлебозавода вырабатывается свыше 40 тонн хлебобулочных изделий. Расширился ассортимент выпускаемой продукции (ежемесячно свыше 10 наименований, свыше 30 наименований различного развеса и упаковки). Булочным участком вырабатывается до 4 тонн булочных изделий (ежемесячно более 30 наименований), кондитерским участком ежедневно вырабатывается до 3 тонн кондитерских изделий (ежемесячно до 50 наименований тортов и до 30 наименований пирожных).

В 1994 г. на хлебном участке установлены первые машины для упаковки хлеба и батона в пленку. В 2003 г. установлены первые машины для нарезки и упаковки хлебобулочных изделий. Упаковочное оборудование для хлебобулочных изделий постоянно обновляется. В 2018 г. установлены две новые полуавтоматические линии для нарезки и упаковки хлебобулочных изделий. В 2004 г. в картонажном участке введена в эксплуатацию первая линия по производству бараночных изделий, и участок переименован в бараночно-картонажный. В 2013 г. в бараночно-картонажном участке установлена вторая высокопроизводительная линия по производству бараночных изделий.

В 2014 г. в булочном участке организовано производство мелкоштучных булочных изделий. В 2018 г. установлен формовочно-делительный комплекс для производства мелкоштучных булочных изделий. Установлена машина упаковочная горизонтальная MINI для их упаковки. В 2014 г. установлена новая высокопроизводительная линия типа «Эклер» по производству заварных пирожных, сладостей мучных и печенья.

Хлебозавод № 6 — одно из молодых предприятий КУП «Минскхлебпром». Введен в эксплуатацию в декабре 1981 г. Основной задачей предприятия является бесперебойное обеспечение населения г. Минска и Республики Беларусь хлебобулочными, кондитерскими изделиями, замороженными изделиями из слоеного теста. Широко представлены хлеба для здорового питания с цельным зерном, семенами льна, подсолнечника и другими злаками. Визитной карточкой хлебозавода является овсяное печенье, которое знают не только в нашей республике, но и за ее пределами. Ежедневно на хлебозаводе № 6 вырабатывается 55 тонн хлебобулочных изделий около 50 наименований и до 4 тонн кондитерских изделий около 130 наименований.

В 1984 г. началась активная работа по увеличению производственных мощностей, освоению нового производства. Организуется кондитерский цех по выработке коврижек, кексов, производству восточных сладостей.

В 1987 г. монтируются две линии по производству печенья овсяного мощностью 6,5 тонн в сутки. В 1988 г. смонтирована линия по производству пряничных изделий мощностью 2 тонны в сутки, освоено производство широкого ассортимента пряников, в 2002 г. ассортимент пряников расширен за счет производства пряников с начинкой. В июне 2001 г. освоено производство зефира по классической технологии.

Для развития кондитерского производства в период с 2000 г. по 2002 г. проведены строительно-монтажные работы по перекрытию экспедиции хлебобулочного участка, что дало возможность получить еще 1000 м² производственных площадей. На вновь созданных производственных площадях освоено производство слоеных изделий. В 2003 г. на участке организовано и освоено производство тортов. Производительность участка составила 2,5 т/сутки. В июне 2005 г. приобретена, установлена и освоена автоматическая линия по глазировке изделий шоколадной и какао-содержащей глазурью. В 2005–2007 гг. произведена реконструкция хлебобулочного участка с полной заменой технологического оборудования в тестомесильном отделении и пекарном зале. Для выпечки ржано-пшеничных сортов хлеба смонтированы единственные в Республике Беларусь туннельные печи с термомасляным обогревом. В целях сокращения ручного труда и повышения санитарно-гигиенических требований к продукции установлены резательно-упаковочные полуавтоматические линии во всех производственных участках с предварительным охлаждением продукции и контролем за обеспечением стабильного веса и отсутствия металлопримесей. В 2018 г. проведена реконструкция котельной хлебозавода¹⁹⁸.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях размещена на страницах сайта: <https://www.minskhleb.by/ekskursiya/> и <https://www.minskhleb.by/ekskursiya/zapis-na-ekskursiyu/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительной записи только по будням с понедельника по четверг.

Целевая аудитория: экскурсии проводятся только для организованных групп школьников. Максимальный размер группы — 15 человек, минимальный — 5 человек. Группу обязательно должны сопровождать учителя или родители, не менее двух человек на 15 детей.

Система продажи и бронирования экскурсий: записаться можно за месяц до даты проведения экскурсии по телефону. Затем следует скачать и заполнить заявку на фирменном бланке организации и выслать ее по элек-

¹⁹⁸Минскхлебпром [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.minskhleb.by/>. — URL: <https://sahar.by/> (дата обращения: 01.10.2024).

тронной почте. Контакты хлебозаводов указаны ниже. При прибытии на экскурсию при себе иметь оригинал заявки со списочным составом участников и квитанцию об оплате. В случае оплаты юридическим лицом необходимо заключение договора.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 20 руб. за человека. Оплата на расчетный счет КУП «Минскхлебпром»; производится в любом отделении банка произвольным платежом.

Фото- и видеосъемка: во время проведения экскурсии запрещено проводить фото- и видеосъемку.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: в экскурсию входит посещение хлебозавода, знакомство с технологиями предприятия, проведение тематических викторин и игр, дегустация продукции и подарки экскурсантам. Продолжительность экскурсии составляет примерно 1,5 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможность организация питания для группы	+	+	Отсутствует	–

Контакты: zavod5@minskhleb.by (хлебозавод № 5); +375 (17) 2762601, excursions-hz6@minskhleb.by (хлебозавод № 6); +375 (29) 6770061, +375 (17) 3735431

3.6 Объекты промышленного туризма Минской области

ОАО «БЕЛАЗ»



Место расположения: г. Жодино, ул. 40 лет Октября, 4.

Координаты: 54.097702, 28.316955.

Специализация и общая характеристика предприятия: крупнейший мировой производитель карьерных самосвалов и транспортного оборудования для горнодобывающей и строительной промышленности.

Краткая история предприятия. Постановлением Верховного Совета БССР от 11 сентября 1946 г. № 137/308 принято решение о строительстве завода торфяного машиностроения. В 1951 г. Завод торфяного машиностроения перепрофилирован в завод дорожных и мелиоративных машин «Дормаш». В 1958 г. предприятие получило новое имя — «Белорусский автомобильный завод». Из ворот предприятия вышел первый 25-тонный самосвал МА3-525. В 1960 г. собраны первые образцы самосвала МА3-530 грузоподъемностью 40 тонн. В 1966 г. на Белорусском автозаводе приступили к серийному выпуску самосвала БелАЗ-548А грузоподъемностью 40 тонн — базового самосвала класса грузоподъемности 40–45 тонн. В 1978 г. начат выпуск аэродромных тягачей для буксировки самолетов со взлетным весом 100 тонн. В 1990 г. выпущен самосвал грузоподъем-

ностью 280 тонн. В 1996 г. на предприятии приступили к выпуску самосвала БелАЗ-75131 грузоподъемностью 130 тонн — головной модели нового семейства самосвалов с электромеханической трансмиссией. Белорусский автомобильный завод стал производственным объединением. В 1998 г. на ПО «Белорусский автомобильный завод» началась реконструкция действующего производства, сориентированная на обновление выпускаемой номенклатуры карьерной техники, разработку новых моделей, повышение качества и технического уровня как отдельных узлов и систем, так и выпускаемой техники в целом. В 2005 г. выпущен опытный образец карьерного самосвала БелАЗ-75600 — базового самосвала класса грузоподъемности 320–360 тонн. В 2010 г. выпущен первый образец самого большого в истории отечественного автомобилестроения карьерного самосвала БелАЗ-75601 грузоподъемностью 360 тонн. В 2012 г. создан холдинг «БЕЛАЗ-ХОЛДИНГ». В 2013 г. создан первый в мире карьерный самосвал грузоподъемностью 450 тонн (500 кор.т) БЕЛАЗ-75710. По данным навигационной системы, в феврале 2015 г. карьерный самосвал БЕЛАЗ-75710 перевез первый миллион тонн груза. В июне 2021 г. БЕЛАЗ начал изготовление опытных образцов нового класса техники для обслуживания аэропортов. В 2022 г. БЕЛАЗ представил инновационный эко-проект — карьерный самосвал БЕЛАЗ-7558Е грузоподъемностью 90 тонн на аккумуляторных батареях на выставке в Гродно. 23 сентября 2023 г. в честь 75-летия предприятия был представлен первый гидравлический экскаватор — 200-тонный экскаватор BELAZ BX20012 с ковшом 12 м¹⁹⁹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация представлена на отдельном сайте: <https://shop.belaz.by/>. На основном сайте предприятия есть переход через вкладку «Промышленный туризм».

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительной записи ежедневно с 9:00 до 18:00. Количество человек в группе до 45. Также есть индивидуальное экскурсионное обслуживание.

Целевая аудитория: взрослые и дети.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону. Туристическая компания либо другое юридическое лицо, оплачивающее услугу промышленного туризма путем безналичного расчета, обязана подать заявку на проведение экскурсионного обслуживания не менее чем за 14 (четырнадцать) календарных дней до

¹⁹⁹БелАЗ [Электронный ресурс]. — URL: <https://belaz.by/> (дата обращения: 17.09.2024).

предполагаемой даты экскурсии. Заявка высылается на адрес электронной почты tur@belaz.minsk.by. Памятка по заполнению и образец заявки размещены на сайте.

Стоимость и оплата: групповое экскурсионное обслуживание: для детей в возрасте от 6 до 14 лет включительно (только в сопровождении взрослых) стоимость с одного человека составляет 20 руб.; для экскурсантов от 15 лет включительно стоимость с одного человека составляет 30 руб. Наличный и безналичный расчет (карты).

Индивидуальное экскурсионное обслуживание: стоимость на всю группу до 5 человек включительно составляет 250 руб. Наличный и безналичный расчет (карты).

Стоимость экскурсии для социальных групп: стоимость, фиксированная для группы до 30 человек включительно — 70 руб.

Фото- и видеосъемка: разрешается в музее и на выставочной площадке.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: маршрут экскурсии включает в себя встречу на центральной проходной предприятия; посещение музея трудовой славы; посещение смотровой площадки заводоуправления, где все желающие могут сделать фото на фоне карьерного самосвала у фотозоны «Я люблю БЕЛАЗ»; обзорная экскурсия на электробусе по территории; посещение выставочной площадки сверхтяжелых машин; посещение сборочного цеха главного конвейера; посещение сувенирной лавки.

Дополнительные услуги:

«Проезд на карьерном самосвале 90 тонн»: стоимость для одного человека составляет 90 руб. Для желающих предоставляется уникальная возможность прокатиться в кабине самосвала с водителем по специально созданному полигону, на котором воссозданы условия работы техники и атмосфера карьеров. В кабину самосвала допускается только один экскурсант. Услуга проезда на самосвале предполагает, что экскурсант находится в кабине в качестве пассажира. Управление автомобилем осуществляет сотрудник завода.

«Динамический тренажер»: исключительно для групп с индивидуальным экскурсионным обслуживанием. Стоимость для одного человека составляет 34 руб.

Наличие событийных мероприятий: проведение Дня открытых дверей и городского фестиваля.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов в столовой	+	+ Также есть интернет-магазин брендовой продукции: https://shop.belaz.by/catalog/	Возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	+

Контакты: +375 (1775) 27979, tur@belaz.minsk.by (по экскурсиям);
+375 (44) 7694528 (для бронирования обедов)

ООО «Ювелирный завод «Зорка»



Место расположения: Минский р-н, Новодворский с/с, 71/1, район пром-зона «Шабаны».

Координаты: 53.826351, 27.706599.

Специализация и общая характеристика предприятия: изготовление ювелирных изделий.

Краткая история предприятия. Ювелирный завод основан в 2007 г. в Минске. 2008–2009 гг. — завод ZORKA дважды стал победителем Минского городского конкурса в номинации «Лучший предприниматель в сфере производства потребительских товаров», получен европейский сертификат менеджмента качества. 2012 г. — закладка фундамента нового собственного завода по производству ювелирных изделий ZORKA в свободной экономической зоне Минск. Генеральным архитектором и проектировщиком выступил итальянец Джузеппе Даль Досо, который проектировал завод для знаменитой ювелирной компании Tiffany в США и другие крупные ювелирные предприятия в Японии, Бразилии и Саудовской Аравии. 2014 г. — закончилось строительство собственного промышленно-административного комплекса нового завода ZORKA, который по масштабам является одним из крупнейших в Европе. Общая площадь завода составляет 15 000 м² ²⁰⁰.

²⁰⁰Ювелирный завод Зорка [Электронный ресурс]. — URL: <https://zorka-gold.by/> (дата обращения: 06.07.2024).

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация об экскурсии представлена на странице: <https://zorka-gold.by/novosti/rozhdenie-sovershentsva--kak-izgotavlivayut-yuvelirnye-izdeliya-na-zorka/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся с понедельника по пятницу с 10:00 до 12:00 и с 13:00 до 15:00.

Целевая аудитория: Взрослые. Минимальное кол-во человек в группе — 10 человек. Максимальное — 40 человек (делятся на 2 подгруппы). Дети по согласованию с 15 лет.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону или электронной почте.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 25 руб. за одного человека. Оплата для юридических лиц по безналичному расчету; для физических лиц возможна оплата на месте.

Фото- и видеосъемка: допускается 1 телефон на группу, съемка по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия знакомит со всеми этапами создания ювелирных изделий во время посещения производственных помещений (технологический отдел, отдел дизайна, производственный участок (золото и серебро), цех литья и др.). Посещение фирменного магазина. Продолжительность составляет примерно 1,5 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	+ Сувенирная продукция также представлена в магазине	Отсутствует	–

Контакты: +375 (44) 7354497, +375 (29) 3279387, shop@zorkagold.by

РУП «Слуцкие пояса»



Место расположения: г. Слуцк, ул. Максима Богдановича, 8.

Координаты: 53.024367, 27.555399.

Специализация и общая характеристика предприятия: основной задачей предприятия является возрождение, сохранение и дальнейшее развитие народных художественных промыслов как части национальной культуры, обеспечение потребностей населения в изделиях традиционных промыслов и ремесел, сувенирной продукции, высококачественных товарах народного потребления.

Краткая история предприятия. Слуцкая фабрика художественных изделий переименована 27 сентября 1993 г. в республиканское унитарное предприятие художественных изделий «Слуцкие пояса». С 2006 г. входит в состав Государственного производственно-торгового объединения «Белхудожпромислы» и действует в системе Управления делами Президента Республики Беларусь.

В производственной структуре предприятия два цеха: прядильно-ткацкий и швейно-ткацкий. В прядильно-ткацкий цех входят участок по производству пряжи, участок по производству ватина, участок по изготовлению стеганых одеял, участок автоматического ткачества (покрывала, пледы, одеяла, комплекты гостиные). В швейно-ткацкий цех входят участок ткачества копий слуцких поясов, участок ручного ткачества, участок вышивки, участок

по изготовлению мягких сувенирных игрушек, швейный участок, раскройный участок, производственная лаборатория по разработке новых швейных и тканых изделий и изделий с вышивкой.

В 2012 г. Советом Министров Республики Беларусь утверждена Государственная программа возрождения технологий и традиций изготовления Слуцких поясов и развития производства национальной сувенирной продукции «Слуцкие пояса» на 2012–2015 годы, которую поручено реализовать на РУП «Слуцкие пояса». В рамках реализации программы и модернизации производства предприятием закончена реконструкция производственного корпуса по улице М. Богдановича. С внедрением нового комплекта технологического оборудования РУП «Слуцкие пояса» стало единственным предприятием, на котором воссоздана уникальная технология ткачества слуцкой мануфактуры и создана копия слуцкого пояса, что подтверждено научно-экспертным советом при Министерстве культуры Республики Беларусь.

С целью изучения технологий и техник ткачества, сохранения народных традиций на предприятии действует и развивается участок ручного перекруточного ткачества. В 2012 г. предприятием приобретено 9 станков ручного ткачества, трудоустроены и обучены на предприятии 12 ткачих. Это позволило увеличить выпуск сувенирной продукции, расширить ассортимент изделий народно-хозяйственных промыслов. На ручных ткацких станках производятся комплекты салфеток, рушники, пояса, куклы сувенирные, сувениры, сумки, костюмы сценические, покрывала, закладки, комплекты столовые, салфетки, скатерти, накидки²⁰¹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация о посещении размещена в разделе о музее: <https://slutskiepoyasa.by/>.

Время и режим посещения: посещение музея со вторника по субботу с 08:00 до 16:30 (экскурсии проводятся по предварительной записи); выходные дни — воскресенье, понедельник. Экскурсии по производству возможны по предварительной записи со вторника по пятницу.

Целевая аудитория: взрослые и дети (для допуска на производство с 10 лет). Индивидуальные туристы и организованные группы до 20 человек. Возможно разделение большой группы на две подгруппы.

Система продажи и бронирования экскурсий: предварительная запись по указанным на сайте телефонам.

Стоимость и оплата: стоимость входного билета в музей составляет 4,00 руб./чел. (школьники, студенты дневной формы обучения), 2,00 руб./чел. (дети дошкольного возраста в составе организованных групп), 8,00 руб./чел.

²⁰¹Слуцкие пояса [Электронный ресурс]. — URL: <https://slutskiepoyasa.by/>. — URL: <https://sahar.by/> (дата обращения: 12.08.2024).

(другие категории). Экскурсионное обслуживание оплачивается дополнительно к входным билетам на группу не более 20 человек. Стоимость экскурсионного обслуживания — 22 руб. Оплата безналичным платежом для юридических лиц, для физических лиц оплата в кассе.

Фото- и видеосъемка: на производстве запрещена; в музее за дополнительную плату (школьники, студенты дневной формы обучения — 6,00 руб./чел., другие категории — 10,00 руб./чел).

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: музей истории случких поясов состоит из нескольких зон. В первой — «Платье истории» можно увидеть представителей разных мировых цивилизаций в определенные периоды истории. На протяжении всей истории пояс был обязательной частью костюма у всех народов мира. Его внешний вид, стилистика и функции менялись на протяжении веков. В зоне «Случкий пояс» представлен оригинал и копия случкого пояса. В зоне «Фрагмент дворца Радзивиллов» можно увидеть, как жили представители знатного рода. Зона «Мануфактура» дает представление о состоянии производства XVIII–XIX вв. Вскоре после присоединения Беларуси к России пояса выходят из моды. Леон Маджарский прекратил аренду мануфактуры в 1807 г. Бывшая «персиарня» сократила изготовление поясов и расширила выпуск парчовых узорных и золотных тканей, главным образом, для нужд церквей и костелов. Этот период нашел отражение в «Сакральной зоне». «Народная зона» знакомит посетителей с бытом обычных людей. В музее можно увидеть станок немецкой фирмы Magera, сделанный по специальному заказу и не имеющий аналогов в мире.

Продолжительность экскурсии составляет 30 минут. В музее есть аудиогиды на белорусском, английском, немецком, французском, польском, испанском языках.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания в кафе «Старый город»	+	Сувенирная лавка в музее. Фирменный магазин находится по адресу: г. Слуцк, ул. Ленина, 193	Специальная безбарьерная среда отсутствует, однако возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	+

Контакты: +375 (1795) 36802, +375 (29) 1314167

ОАО «Слуцкий уксусный завод»



Место расположения: Слуцкий р-н, д. Покрашево, ул. Заводская, 1.

Координаты: 53.185579, 27.565720.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство натурального спиртового уксуса для пищевых целей.

Краткая история предприятия. Слуцкий уксусный завод построен в 1875 г. помещиком Покрепским Михаилом Григорьевичем и просуществовал до 1959 г. как спиртзавод. В том же году была произведена реконструкция завода под производство уксуса спиртового пищевого натурального, и на основании приказа Управления пищевой промышленности Совета народного хозяйства БССР от 18 декабря 1959 г. № 668 спиртзавод преобразован в консервно-уксусный завод. Начали расширять ассортимент выпускаемой продукции — на тот момент Слуцкий уксусный завод производил лишь один вид уксуса, хотя его в мире более 50 видов. Не было своих складов — купили склад арочного типа. Увеличили мощности окислителей. К слову, теперь их на заводе 11, и работают они как атомные реакторы — непрерывно. Запустили линию розлива. В настоящее время здесь произведена реконструкция по увеличению мощностей, чтобы обеспечить

республику уксусом спиртовым пищевым натуральным, безвредным и полезным для здоровья человека²⁰².

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: проведение экскурсии по производству возможно по предварительной записи с понедельника по пятницу, в субботу — только музей. Воскресенье — выходной день.

Целевая аудитория: в основном взрослые, а также дети; индивидуальные туристы и организованные группы до 25 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону.

Стоимость и оплата: экскурсии проводятся на бесплатной основе.

Фото- и видеосъемка: на территории по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия включает в себя посещение бродильного цеха, цеха розлива, столярного цеха, музея, магазина. Продолжительность экскурсии составляет около 40 минут.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Отсутствуют	+	Магазин расположен через дорогу напротив производственных корпусов	Отсутствует	Этнографический музей в здании бывшей мельницы

Контакты: +375 (1795) 92634, slutskiy_uksus@mail.ru.

²⁰²Слуцкий уксусный завод [Электронный ресурс]. — URL: <http://slutskiyuksus.by/> (дата обращения: 09.08.2024).

ООО «Козеферма ДАК»²⁰³



Место расположения: Дзержинский р-н, хутор Лизаветин, д. 1.

Координаты: 53.760592, 27.200403.

Специализация и общая характеристика предприятия: фермерское хозяйство, уже более 18 лет занимающееся племенным козоводством в Республике Беларусь. Хозяйство производит и реализует козье молоко и молочные продукты, в том числе мягкие и полутвердые сыры. Включает в себя животноводческий комплекс, цех переработки, 100 га пахотных и пастбищных земель. На основании международного сертификата ЕС хозяйству присвоен статус органического (экологического) производства²⁰⁴. На территории фермы с 2017 г. существует первый кукурузный лабиринт в Беларуси и парк развлечений «Кукуполис».

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация размещается в Instagram; отдельный сайт парка «Кукуполис» <http://kukupolis.dak.by/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по четвергам, пятницам, субботам, воскресеньям.

²⁰³ Фото взято с официального сайта фермы.

²⁰⁴ Козеферма ДАК [Электронный ресурс]. — URL: <https://dak.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

Целевая аудитория: дети и взрослые, семьи.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону и в директ Instagram.

Стоимость и оплата: стоимость составляет 19 руб./чел. для взрослых и 15 руб./чел. для детей (с 5 лет) в выходные дни; 14 руб./чел. для взрослых и 10 руб./чел. для детей (с 5 лет) в рабочие дни; детям до 5 лет посещение бесплатно.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: проводятся экскурсии, работает парк развлечений «Кукуполис» с разными активностями. Кукурузный лабиринт доступен в летне-осенний сезон. Дегустация продукции фермерского хозяйства. Работает контактный зоопарк. В выходные дни на территории парка работают ремесленники, также проводится анимация. На экскурсии используется система «радиогид».

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В хорошем состоянии, примерно 1,5 км грунтовой дороги; парковка есть	Возможна организация питания для туристов	+	+	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (29) 5759912, +375 (17) 1677341, info@dak.by

ООО «Наша пивоварня» (Robim Good Brewery)²⁰⁵



Место расположения: Минский р-н, аг. Юзуфово, пер. Первомайский, 1.

Координаты: 54.112632, 27.459273.

Специализация и общая характеристика предприятия: пивоварня основана в 2018 г. недалеко от Минска. Цель — делать вкусное, классное, локальное, свое, а значит, всегда свежее пиво с ответственностью за качество и чистоту стиля. Поднимать пивную культуру на новый уровень. Качество пива гарантирует чешское оборудование Destilla и премиальное импортное сырье: солод производства Германии, Бельгии и Чехии, лучшие немецкие и американские хмели. Пиво без пастеризации и консервации дает большую полноту вкуса и аромата, чем продукты крупных пивоваренных заводов. В продуктовой линейке всегда можно найти классические сорта пива. Но в то же время пивоварня создает новую историю белорусского пива, обращаясь к современным стилям, тенденциям и технологиям крафтового пивоварения²⁰⁶.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация представлена на отдельной странице сайта: <https://robimgood.beer/beer-excursions>.

²⁰⁵ Фото взято из официальных социальных сетей предприятия.

²⁰⁶ «Наша пивоварня» [Электронный ресурс]. — URL: <https://robimgood.beer/> (дата обращения: 22.09.2024).

Время и режим посещения: экскурсии проводятся только по воскресеньям.

Целевая аудитория: взрослые; лица моложе 18 лет на территорию Robim Good Brewery допускаются только в сопровождении законных представителей.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись по телефону, в социальных сетях, также форма записи размещена на сайте: <https://robimgood.beer/excursions>.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии с учетом трансфера (доставляет на пивоварню и отвозит обратно в Минск) — 35 руб.; стоимость экскурсии без трансфера — 30 руб.; детский билет — 25 руб.

Фото- и видеосъемка: разрешена во время дегустации.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: длительность экскурсии составляет примерно 1,5 часа. Экскурсия знакомит со стилями пива, материалами, которые используются во время пивоварения. Экскурсантаы узнают, чем отличается лагер от эля, фильтрованное от нефильтрованного пива, как влияет на ароматику хмель и др. Во время экскурсии также проходит дегустация 5 сортов пива (+ пивная закуска). Экскурсовод использует усилитель голоса.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Музей
Дорога в хорошем состоянии, парковка вдоль дороги	Отсутствуют	+	Продукцию можно приобрести	Отсутствует

Контакты: +375 (29) 6611701

ООО «ГрандМилк»



Место расположения: Молодечненский р-н, аг. Полочаны, ул. Березинская, 27.

Координаты: 54.225227, 26.721394.

Специализация и общая характеристика предприятия: Сыроварня ГрандМилк — небольшая ремесленная сыроварня недалеко от г. Молодечно. Производит твердые выдержанные, мягкие сыры, а также сыры с плесенью из цельного молока. Выдержка сыров от 3 до 18 месяцев. Сырье — коровье, козье и овечье молоко. Для изготовления сыра используются высококачественные закваски, ферменты и плесени. Также для разнообразия вкусовых сочетаний изготавливаются фруктовые джемы. И самое необычное сочетание — это шоколад и сыр, которое предприятие объединило в своих сырных конфетах²⁰⁷.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях представлена в отдельном разделе: <https://grandmilk.co/excursion/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительной записи по выходным дням (суббота и воскресенье) с 10:00 до 16:00.

²⁰⁷ ГрандМилк [Электронный ресурс]. — URL: <https://grandmilk.co/> (дата обращения: 16.08.2024).

Целевая аудитория: взрослые; дети могут быть вместе с семьей в группе. Группы от 20 до 40 человек. Формируются сборные группы. Для детских групп экскурсии не проводятся.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону и в директ Instagram.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 45 руб./чел.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: на экскурсии рассказывается о секретах сырного дела, посетители знакомятся с производством, камерой созревания, в которой применяются традиционные методы созревания и ухода за сыром. Мастер-класс по изготовлению мягкого сыра моцарелла. Дегустация более 6 видов сыров различных сроков созревания. Общая продолжительность составляет 1 час. Экскурсовод использует усилитель голоса.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В хорошем состоянии, парковка вдоль дороги	Отсутствуют	+	Продукции можно приобрести во время дегустации	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (44) 7529599 (Viber, Telegram), Instagram @Eco_syr

ООО «Винокурня Нарочь»²⁰⁸



Место расположения: Минская обл., Мядельский р-н, аг. Нарочь, ул. Заводская, д. 58.

Координаты: 54.934312, 26.676629.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство крепких алкогольных напитков (коньяк, ром, виски, джин, кальвадос, зерновые и фруктовые дистилляты, ликер и аперитив, старка, бальзам).

Краткая история предприятия. Точка отсчета истории винокурни — 1845 г., когда князь Свентожицкий построил здание винокурни-прародительницы ООО «Винокурня Нарочь». В 1895 г. в винокурении Российской империи происходят значительные изменения: выходит запрет на выпуск так называемого полугара. Все традиционные винокурни с их медными перегонными кубами уничтожены, спирт начинают производить по современной технологии в ректификационных колоннах. В 1905 г. из бутового камня и кирпича помещик Пикутский возводит новое здание винокурни с паровой машиной, которая работает вплоть до 1913 г. Здание, построенное Пикутским, существует до сих пор. Первая мировая война привела винокурню Пикутского в упадок. Здание опустело, производство приостановилось. Первые

²⁰⁸ Фото взято с официального сайта предприятия.

доступные данные о возрождении винокурения на Мядельщине относятся к 1942 г., когда во время немецкой оккупации было произведено 1000 ведер спирта. Всего за 3 года после этих событий объем производства винокурни возрастает до 30 000 литров спирта-сырца в год.

Спиртзавод, открытый на базе винокурни, начал полноценную работу в 1947 г., а уже через год введен в эксплуатацию цех по выпуску безалкогольных напитков. Конец XX столетия принес новые изменения — на территории завода открыли источник минеральной воды. Предприятие было переориентировано на производство безалкогольных напитков и плодового вина и получило название КПУП «Нарочанский завод напитков». 14 февраля 2013 г. на базе уже бездействующего, по причине банкротства, объекта хозяйствования КПУП «Нарочанский завод напитков» образовано предприятие с долей государства — ООО «Винокурня Нарочь»²⁰⁹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация представлена на странице: <https://narochdistillery.by/novosti/52-vinokurnya-naroch-priglasheet-na/>

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по записи в рабочие и выходные дни (однако в выходные производственная линия не работает).

Целевая аудитория: взрослые; организованные группы до 50 человек с возможностью разделения на две группы. Возможность посещения индивидуальными туристами.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись осуществляется по телефону и электронной почте.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии без дегустации — 17 руб./чел.; стоимость экскурсии с дегустацией — 31 руб./чел.; стоимость экскурсии с дегустацией (VIP) — 37 руб./чел. В стоимость VIP входит дегустация более дорогих выдержанных напитков, а также участник дегустации получает небольшой сувенир.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по территории предприятия, рассказывает о развитии винокурни от самых истоков до сегодняшнего дня; знакомит с особенностями производства крепких спиртных напитков. По завершении экскурсии проходит дегустация алкогольных напитков (6 видов напитков, закуски). Продолжительность составляет 1–1,5 часа. Во время экскурсии экскурсовод использует усилитель голоса.

²⁰⁹Пракаповіч, І. Бровар: вінакурэнне на абсягах паўночна-заходняй Беларусі (Пастаўскі і Мядзельскі раёны). — Мінск, 2024. — С. 125–131.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В хорошем состоянии, парковка возле предприятия	Отсутствуют	+	+ Также есть сувенирная продукция	Отсутствует	–

Контакты: +375 (17) 9725985; +375 (29) 6291291 (Viber, WhatsApp, Telegram).
Электронный адрес для заявок: info@narochdistillery.by
(с пометкой «Экскурсия»)

УП «Иловское»



Место расположения: Минская обл., Мядельский р-н, д. Илово, ул. Заводская, 1.

Координаты: 54.830090, 27.458341.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство алкогольных напитков и дистиллятов; многопрофильное предприятие, осуществляющее производство фруктово-ягодных и плодовых вин, кальвадосов и кальвадосных дистиллятов, спирта-сырца с последующей ректификацией, чипсов картофельных, соусов томатных, повидла яблочного. Имеется собственный сад площадью 90 га.

Краткая история предприятия. История предприятия начинается со времен появления винокурни во владении помещика Владислава Акушко в 1832 г. Про те времена напоминает здание купажного цеха, на входе в которое частично сохранилась вмурованная табличка в честь возлюбленной помещика. Новая винокурня была отстроена в 1899 г. владельцем имения «Илово» Владимиром Акушко. На заводе был установлен паровой двигатель и спиртоочистительная установка. В ноябре 1939 г. завод стал самостоятельным государственным предприятием «Иловской спиртзавод». Во время Великой Отечественной войны завод не работал. После войны завод был вос-

становлен, и в 1945 г. выпущена первая продукция. На его площадях также был организован выпуск печенья, пряников, сухого киселя; открыт колбасный цех и копильня. В 1952 г. на базе завода открыли Пищевой комбинат (производство вина, консервированной продукции, хлебобулочных и кондитерских изделий). В 1955 г. построен новый цех розлива вина, где стали выпускать 6 наименований вин. В 1961 г. выпуск различной продукции ликвидирован, осталась только линия плодово-ягодного виноделия. Предприятие стало именоваться «Иловский винзавод». Во времена сухого закона в СССР на заводе производили соки, соусы, чипсы. После распада СССР выпускались крепленые плодово-ягодные напитки. После реконструкции в 1987 г. завод стал плодоконсервным. С 2011 г. на заводе выпускается кальвадос. С 2021 г. стали выпускаться крепкие спиртные напитки. Также запущен выпуск соусов и соков²¹⁰.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по записи в рабочие и выходные дни (однако в выходные купажный цех не посещается) с 8:00 до 17:00 (с 13:00 до 14:00 обеденный перерыв).

Целевая аудитория: взрослые. Организованные группы и индивидуальные туристы. Если бывает посещение с детьми, то показывается консервный цех и для дегустации предлагается иная продукция.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись осуществляется по телефону, заявка направляется после согласования по электронной почте.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии с дегустацией составляет 20 руб./чел. Помимо безналичного расчета возможна оплата экскурсии в фирменном магазине банковской платежной карточкой или наличными. Возможен расчет в системе «Расчет» (ЕРИП).

Фото- и видеосъемка: в цехе розлива съемка не разрешена; в купажном цехе, на территории и дегустационном зале можно.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: во время экскурсии можно посетить исторический купажный цех (в выходные дни — внешний осмотр), а также цех розлива. Дегустация проходит в отдельном зале и включает 9 видов напитков, соус, повидло, закуски. Продолжительность экскурсии составляет 1,5 часа.

²¹⁰Пракаповіч, І. Бровар: вінакурэнне на абсягах паўночна-заходняй Беларусі (Пастаўскі і Мядзельскі раёны). — Мінск, 2024. — С. 118–123.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В хорошем состоянии, парковка возле предприятия	Отсутствуют	+	+ Сувенирная продукция пока что не представлена	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (1797) 21247, ilovo@mail.ru

ОАО «Озерицкий-Агро»



Место расположения: Смоленский р-н, аг. Слобода, ул. Центральная, д. 7.

Координаты: 54.003902, 27.886476.

Специализация и общая характеристика предприятия: многофункциональное сельскохозяйственное предприятие; основным видом деятельности является животноводство с развитым растениеводством (смешанное сельское хозяйство). Сопутствующим направлением деятельности является агротуризм.

Краткая история предприятия. В 1932 г. на территории Озерицко-Слободского сельского совета существовало 8 коллективных хозяйств. В 1939 г. колхоз «Пролетарский ударник», в который входила д. Слобода и несколько небольших соседних деревень, переименовали в колхоз им. Орджоникидзе. В 1940 г. в хозяйство стала поступать техника: комбайны, жатки, тракторы. Создавались машинотракторные станции. После Великой Отечественной войны колхоз восстанавливался и крепнул. В 1974 г. в районе принято решение присоединить колхоз им. Орджоникидзе (деревни Слобода, Сосновая, Гончаровка, 1-ый, 2-ой Поселки) к колхозу им. Калинина (деревни Мостище, Рудомейка, Задомля, Батуринка, Богута). Руководителем укрупненного хозяйства был назначен Козловский Викентий Антонович. За годы его руко-

водства (1974–1987 гг.) в хозяйстве произошла настоящая «экономическая революция» и годами его расцвета стали 1979–1985 гг. Не раз и несколько лет подряд хозяйство становилось победителем Всесоюзного социалистического соревнования. За увеличение производства и заготовок продукции животноводства в зимний период 1979–1980 гг. и 1980–1981 гг. награждалось Почетной грамотой ЦК КПСС, Совета Министров СССР, ВЦСПС и ЦК ВЛКСМ, а за успешное выполнение планов социального и экономического развития ему дважды присуждалось переходящее Красное Знамя ЦК КПСС, Совета Министров СССР, ВЦСПС и ЦК ВЛКСМ. За эти годы в хозяйстве выросли десятки передовиков и новаторов колхозного производства. Девяностые годы были не самыми удачными для сельского хозяйства, да и для экономики страны в целом. Однако, несмотря на объективные трудности, хозяйству удалось остаться на плаву. С 1999 по 2006 гг. руководил хозяйством Полозков Владимир Васильевич. Колхозы по республике в эти годы начали переименовываться в СПК (сельскохозяйственный производственный кооператив), новым названием стало СПК «Озерицкий». Произошло также очередное укрупнение хозяйства. Была присоединена большая часть колхоза им. Ленина и часть совхоза им. Гагарина, КДСП «Орешники». В это время СПК «Озерицкий» преобразован в ЧУП «Озерицкий-Агро». На начало 2006 г. площадь сельхозугодий составила 7848 га, в том числе пашни 6413 га. Учредителем и собственником имущества вновь образованного юридического лица является ОАО «Белагропромбанк»²¹¹.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация представлена в разделе «Производственный туризм»: https://ozagro.by/?page_id=667.

Время и режим посещения: по предварительной записи.

Целевая аудитория: взрослые и дети; группы от 7 до 20 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись осуществляется по телефону.

Стоимость и оплата: стоимость зависит от выбранной программы; для юридических лиц оплата по безналичному расчету, для физических лиц возможна оплата на месте.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: посещение²¹² тепличного комбината и овощехранилища. Обед в комплексе

²¹¹Озерицкий-Агро [Электронный ресурс]. — URL: <https://ozagro.by/> (дата обращения: 11.09.2024).

²¹²На момент проведения исследования для посещения были недоступны молочнотоварная ферма и ферма по выращиванию молодняка крупного рогатого скота.

«Дуброво» или оздоровительном центре «Сосновая». Дополнительно возможно посещение экотропы в парке «Дуброво». Продолжительность программы, включая обед, составляет 2,5–3 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для группы туристов	+	На тепличном комплексе	Отсутствует	–

Контакты: +375 (29) 1530347 (Юлия Борисовна Игнатович)

ОАО «Белхудожкерамика»



Место расположения: Молодечненский р-н, г.п. Радошковичи, ул. Советская, д. 12.

Координаты: 54.156492, 27.241628.

Специализация и общая характеристика предприятия: производит художественную керамику, декоративные вазы, сувениры, керамическую посуду, наборы для кофе и чая, подсвечники, сувениры и плакетки, кашпо, кактусницы, горшки для цветов, горшки для тушения, кружки, миски и т. д. Для выпуска керамических изделий народных художественных промыслов применяется глина месторождения «Гайдуковка».

Краткая история предприятия. История предприятия начинается с 1940 г., когда было организовано предприятие по производству товаров народного потребления, в том числе и гончарной посуды. За прошедшие десятилетия предприятие превратилось в современное, технически оснащенное передовой техникой и технологией производство изделий бытовой и художественной керамики²¹³.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация представлена на странице: <https://belhudkeramika.by/ekskursii-po-predpriyatiyu-oao-belhudozhkeramika/>.

²¹³Белхудожкерамика [Электронный ресурс]. — URL: <https://belhudkeramika.by/> (дата обращения: 15.08.2024).

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительному согласованию в рабочие дни с 8:00 до 17:00.

Целевая аудитория: в основном дети (с 6 лет), взрослые; организованные группы. Возможно присоединение индивидуальных туристов к сборным группам.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону.

Фото- и видеосъемка: разрешается в выставочном зале.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: проводятся экскурсии с возможностью увидеть на производстве процесс превращения куска глины в готовое керамическое изделие. Посещение музея (выставочного зала), где собраны образцы товаров за все годы существования завода. Представлены два экспозиционных зала: с разновидностями керамических изделий со времен начала функционирования предприятия и современными изделиями. Мастер-класс по лепке из глины. Посещение фирменного магазина. Продолжительность экскурсии составляет 1 час.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В хорошем состоянии, парковка возле предприятия	–	+	+	Отсутствует	+

Контакты: +375 (29) 7588314, market@belhudkeramika.by, bxb@belhudkeramika.by (приемная)

**Филиал «Ресурсный центр ЭкоТехноПарк – Волма»
учреждения образования «Республиканский институт
профессионального образования»²¹⁴**



Место расположения: Дзержинский р-н, аг. Волма, ул. Парковая, д. 11.

Координаты: 53.876175, 26.969608.

Специализация и общая характеристика предприятия: межотраслевой ресурсный учебный центр в области экологии, энергетики и энергоэффективности.

Краткая история предприятия. История уникального для Беларуси учебного центра началась в 2016 г., а уже через год по приказу Государственного комитета по науке и технологиям «Ресурсный центр ЭкоТехноПарк — Волма» получил статус центра трансфера технологий в качестве филиала Республиканского института профессионального образования. Теперь здесь успешно функционирует межотраслевая производственно-демонстрационная зона инновационной инфраструктуры в сфере энергетики, энергоэффективности, экологии и других приоритетных направлений развития нашей

²¹⁴ Фото взято с официального сайта организации.

страны. В «ЭкоТехноПарк — Волма» реализуют производственные и педагогические инновации, основанные на результатах научных исследований и опытно-конструкторских работ, оказывают услуги в проектно-консультационной, инженерно-исследовательской, управленческой и образовательной деятельности²¹⁵.

Экскурсии проводятся с 2016 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): информация об экскурсиях размещена в отдельном разделе сайта: <https://etp-volma.by/programma-jekskursij.html>.

Время и режим посещения: в соответствии с предварительной заявкой.

Целевая аудитория: в основном дети, также взрослые; организованные группы до 40 человек с разделением на две подгруппы.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсии проходит по телефону и электронной почте.

Стоимость и оплата: в зависимости от программы; оплата безналичным платежом или наличными в кассу организации.

Фото- и видеосъемка: разрешается.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы:

1. Обзорная экскурсия по территории «ЭкоТехноПарк — Волма» с посещением усадебного комплекса рода Ваньковичей и демонстрацией тематических учебно-лабораторных стендов: мини ГЭС (с демонстрацией работы в летнее время); ветроустановки геликоидного и горизонтального типа; современные энергоэффективные дома; тепловые насосы и гибридные инженерные системы и др. Продолжительность экскурсии 1–1,5 часа. Ориентировочная стоимость обзорной экскурсии для группы до 20 человек 100 руб.

2. Научно-развлекательный ЭКО-квест с экскурсией. Задания выполняются на специализированных стендах и приборах, формируются на стыках учебных предметов: математики, физики, биологии, истории, географии, физкультуры. Процесс выполнения заданий привлекает внимание участников к проблеме экологии и пути их решений, формирует экологическую грамотность. Задания формируются по возрасту и личным предпочтениям.

Продолжительность ЭКО-квеста 1,5–2 часа. Ориентировочная стоимость научно-развлекательного ЭКО-квеста с экскурсией 180 руб. Окончательная стоимость мероприятия производится в зависимости от содержания программы и количества участников.

²¹⁵Ресурсный центр ЭкоТехноПарк — Волма [Электронный ресурс]. — URL: <https://etp-volma.by/> (дата обращения: 02.10.2024).

3. Обзорная экскурсия по территории «ЭкоТехноПарк — Волма» с квестом «Возобновляемые источники энергии». Продолжительность экскурсии 2–2,5 часа. Ориентировочная стоимость 220 руб. на группу до 20 человек (для молодых специалистов).

4. Обзорная экскурсия по территории «ЭкоТехноПарк — Волма» с квестом «Производство электроэнергии из регенеративных источников». Продолжительность мероприятия 2,5–3 часа. Ориентировочная стоимость 250 руб. на группу до 20 человек.

Инфраструктура:

«ЭкоТехноПарка — Волма» расположен рядом с самой высокой точкой Беларуси — горой Дзержинской (Святой). Парк расположен на территории бывшей усадьбы рода Ваньковичей. Сохранилось здание усадьбы, флигель, небольшой пейзажный парк и закладной камень, руины часовни.

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	Возможна организация питания для туристов	+	–	Возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	

Контакты: +375 (17) 3747331, +375 (1716) 74822, v_o_l_m_a@mail.ru, info@etp-volma.by

3.7 Объекты промышленного туризма Могилевской области

ОАО «Белшина»



Место расположения: г. Бобруйск, ул. Минское шоссе, 4.

Координаты: 53.186885, 29.190476.

Специализация и общая характеристика предприятия: один из крупнейших производителей в шинной отрасли. Широкий ассортимент шин — более 300 типоразмеров — шины для легковых, грузовых, большегрузных автомобилей, строительно-дорожных и подъемно-транспортных машин, электротранспорта, автобусов, тракторов и сельскохозяйственных машин.

Краткая история предприятия. 1963 г. — строительство Белорусского шинного комбината в г. Бобруйске. 31 декабря 1971 г. на экспериментальном участке блока механических производств изготовлена первая белорусская шина для 27-тонного автомобиля марки «БЕЛАЗ». 25 ноября 1975 г. собрана миллионная покрышка. В 1979 г. принят в эксплуатацию завод массовых шин. В 1984 г. начат выпуск покрышек для 75- и 120-тонных БЕЛАЗов. В 1985 г. принят в эксплуатацию завод сверхкрупногабаритных шин. В 1992 г. издан приказ «О создании Белорусского шинного комбината». В 2002 г. РУП «БШК «Белшина» преобразовано в ОАО «Белшина». В декабре 2002 г. свулканизирована первая цельнометаллокордная шина размера 33.00R51. В период 2013–2019 гг. поставлены на производство новые линейки легковых шин под брен-

дами Artmotion, ArtmotionSnow, Artmotion HP и AstartA SUV; сельскохозяйственные шины под брендом Galero, грузовые шины под брендами Escortera и Forcerra, а также легкогрузовые шины под брендом Bravado²¹⁶.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2017 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): нет.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся только в рабочие дни до 15:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 12 лет); организованные группы от 15 до 25 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись на экскурсию осуществляется по телефону и электронной почте.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет для взрослых 4 руб./чел., для студентов очной и заочной формы обучения — 2,40 руб./чел., для школьников до 16 лет — 2 руб./чел., для иностранных граждан 5 руб. Для лиц, сопровождающих группу детей, бесплатно. Оплата безналичным платежом или наличными в кассе предприятия.

Фото- и видеосъемка: на производстве запрещена; съемка разрешена в некоторых установленных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: маршрут экскурсии включает в себя посещение завода крупногабаритных шин, завода массовых шин, завода сверхкрупногабаритных шин, музея «Белшина: история и современность». Для детских групп проводится викторина с вручением брендированных сувениров за правильные ответы. Продолжительность составляет около 1 часа. Используется система «радиогид».

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка есть, но обычно высокая заполняемость	Возможна организация питания для туристов	+	–	Возможно проведения экскурсий для людей с ограниченными возможностями, не связанными с мобильностью	+

Контакты: +375 (225) 410722, +375 (225) 410265, panasyukov@belshina.by.

²¹⁶Белшина [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belshina.by> (дата обращения: 27.09.2024).

ОАО «Красный пищевик»



Место расположения: г. Бобруйск, ул. Бахарова, 145.

Координаты: 53.129118, 29.210412.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство пастиломармеладных изделий.

Краткая история предприятия. История фабрики начинается в 1870 г., когда в Бобруйске был основан дрожжевой завод. Им владел купец Хонон Райцин. В 1890 г. Ханон продал завод купцу 2-ой гильдии Зусьману Рабиновичу. Через 8 лет производственные и хозяйственные площади перешли частично Ошеру Рабиновичу и Шмерке Голодцу. Эти купцы владели заводом до 1902 г. В последующие годы владельцы менялись не раз: дворяне Карл Незабытовский и Викентий Поклевский-Козелло, купец Янкель Розовский. За эти годы завод не раз переоснащали и модернизировали.

После революции завод был национализирован и передан уездному Совнаркому. До 1921-го — закрыт, рабочие уволены. Через 3 года предприятие перейдет в ведение Белпищетреста, через 4 — дрожжевой завод освоит производство мармелада, а затем и карамели. В 1928–1929 гг. завод по производству дрожжей преобразован в фабрику «Красный пищевик». В 1934-м здесь выпускают первую партию знаменитой халвы, в эти же годы стали производить зефир. В 1937-м построят дрожжевой цех. В 1940 г. на предприятии трудят-

ся уже 750 человек. Даже в тяжелое для всей страны предвоенное время фабрика выпускает 33 вида сладостей. Большие планы в одночасье разрушит война. Бесперебойную работу «Красный пищевик» восстановит лишь в 1945-м, а довоенного уровня достигнет только через 5 лет.

В 1950-е фабрика меняет специализацию — теперь здесь делают акцент на производство пастилы, мармелада, зефира. В 1969 г. строится отдельный халвичный цех, в течение 10 лет производство прирастает новыми корпусами и модернизирует устаревшие линии. Большая часть продукции реализуется в Советском Союзе. К концу 1980-х производственная мощность «Красного пищевода» достигнет 18 000 тонн изделий в год, а подарочные наборы зефира наравне с киевским тортом входят в сувенирные наборы для Кремля. После распада СССР фабрику преобразуют в открытое акционерное общество²¹⁷.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2022 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов представлены в отдельном разделе: <https://www.zefir.by/press-centr/ekskursiya-po-fabrike/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся каждый вторник и четверг в 12:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет). Организованные группы от 10 до 15 человек. Экскурсии в индивидуальном порядке не проводятся. Для групп, состоящих из детей до 18 лет, обязательно присутствие не менее двух взрослых сопровождающих, которые несут ответственность за жизнь и здоровье несовершеннолетних. Оплата с данных лиц не взимается и по окончании экскурсии не выдается подарочный набор. Обязательно наличие справок для детей о состоянии здоровья и отсутствии инфекционных заболеваний. К экскурсиям допускаются лица, не имеющие противопоказания по состоянию здоровья для посещения пищевого производства.

Система продажи и бронирования экскурсий: для записи на экскурсию необходимо скачать, заполнить и отправить на электронную почту tourism@zefir.by с пометкой «Экскурсия» заявку на проведение экскурсии, списочный состав группы посетителей, справку для посещения производства экскурсантами (школьниками, учащимися), анкету для гостей. Перед записью на экскурсию обязательно следует связаться со специалистом по экскурсиям по электронной почте tourism@zefir.by для уточнения свободной даты посе-

²¹⁷Красный пищевик [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.zefir.by> (дата обращения: 18.08.2024).

щения. Заполненные документы принимаются не позднее, чем за 7 рабочих дней до даты проведения экскурсии.

На сайте в разделе об экскурсиях для ознакомления представлен электронный календарь свободных дат, доступных для бронирования. При этом само бронирование онлайн невозможно.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет: детский — 40 руб. и взрослый — 40 руб. на одного посетителя. В стоимость входит сладкий подарок. Оплата экскурсии возможна как безналичным платежом, так и наличными в кассе предприятия.

Фото- и видеосъемка: запрещена.

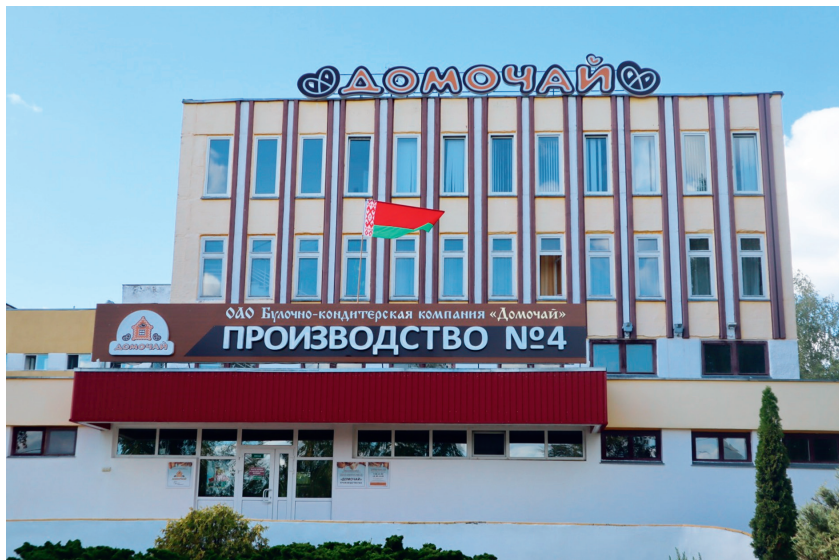
Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: продолжительность экскурсии составляет 1–1,5 часа. Во время экскурсии посещается цех по производству зефира и цех по производству мармелада и иной продукции. Дегустация проходит на производстве. В отделении ручной глазировки проходит мастер-класс. Экскурсовод использует усилитель голоса.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой предприятия возможна организация питания для группы	+	+ Сувенирная продукция отсутствует	Отсутствует	Отсутствует

Контакты: +375 (225) 436793, tourism@zefir.by

ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай»



Место расположения: г. Могилев, ул. Космонавтов, 39а (Хлебозавод № 3); г. Могилев, ул. Академика Павлова, 3а (Хлебозавод № 4).

Координаты: 53.903212, 30.300651 (Хлебозавод № 3); 53.863781, 30.377126 (Хлебозавод № 4).

Специализация и общая характеристика предприятия: производство хлебулочных и кондитерских изделий.

Краткая история предприятия. Могилевский хлебокомбинат образован в 1927 г. Имея свою розничную торговую сеть с 1930 г., стал именоваться «Могилевский хлебокомбинат имени 10-летия освобождения Белоруссии от белополяков» и перешел в подчинение Белорусского Государственного треста хлебопекарной промышленности (Белхлебтреста). В 1932 г. введен в эксплуатацию хлебозавод № 1 (ул. Быховская, 159), а в 1939 г. на базе мехпечкарни реконструирован хлебозавод № 2 (ул. Первомайская, 135). В 1940 г. Могилевский хлебокомбинат передан в ведение Могилевского областного треста хлебопечения. С началом Великой Отечественной войны и до июля 1944 г. комбинат не функционировал. В июле 1944 г. хлебокомбинат возобновил свою деятельность с непосредственным подчинением Могилевскому областному тресту «Белглавхлеба». В 1947 г. закончены все восстановительные и монтажные работы по разрушенному войной хлебозаводу № 2.

В декабре 1950 г. Могилевский хлебокомбинат перешел в непосредственное подчинение Белорусского государственного треста хлебопекарной промышленности «Белглавхлебтреста» Министерства пищевой промышленности БССР. В 1964 г. сдан в эксплуатацию хлебозавод № 3, ставший структурой Могилевского хлебокомбината. 19 августа 1971 г. Могилевской хлебокомбинат переименован в Могилевский хлебокондитерский комбинат. С 1976 г. Могилевский хлебокондитерский комбинат и Бобруйский хлебокомбинат стали именоваться хлебозаводами. В 2001 г. Могилевское областное производственное объединение хлебопекарной промышленности переименовано в РУПП «Могилевхлебпром». 27 января 2014 г. РУПП «Могилевхлебпром» преобразовано в ОАО «Булочно-кондитерская компания «ДОМОЧАЙ»²¹⁸.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2017 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация и образцы документов размещены в отдельном разделе сайта: <https://domochay.by/ekskursii/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся со вторника по пятницу по предварительной записи.

Целевая аудитория: школьники и студенты; организованные группы от 10 до 45 человек. Группы детей должны сопровождать должностные лица от учреждения образования и/или родители — один взрослый сопровождающий на 10 детей. Сопровождающие несут ответственность за жизнь и здоровье экскурсантов во время проведения экскурсии.

Система продажи и бронирования экскурсий: организация экскурсии для юридических или физических лиц проводится по предварительной записи по телефонам: +375 (222) 778190, +375 (44) 5300113. Заявка на имя генерального директора передается по факсу +375 (222) 7677 86, электронной почте hlebprom@mogilev.by или lab_domochay@mail.ru или по адресу: г. Могилев, ул. Космонавтов, 39а. Срок подачи заявки в письменном виде в приемную предприятия — не менее, чем за 5 рабочих дней до предполагаемой даты проведения экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 25 руб./чел. Оплата производится наличными денежными средствами в кассе предприятия по адресу: г. Могилев, ул. Космонавтов, 39а, с 9:00 до 10:00 и с 14.00 до 17.00; безналичным путем. Экскурсия проводится только после получения подтверждения оплаты: копии платежного поручения или предъявления кви-

²¹⁸ Булочно-кондитерская компания «Домочай» [Электронный ресурс]. — URL: <https://domochay.by> (дата обращения: 16.08.2024).

танции (чека) об оплате. Сопровождающие от учреждения образования лица посещают экскурсию бесплатно.

Фото- и видеосъемка: на производстве запрещена; есть специальные фотозоны.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: в программу экскурсии входит знакомство с историей хлебопечения; знакомство с историей предприятия; посещение производственного цеха, ознакомление с технологическим процессом производства хлебобулочных изделий; дегустация продукции в цехе; подарок каждому экскурсанту. Продолжительность экскурсии составляет 40 минут, в том числе посещение производства — 15–20 минут. Перед проведением экскурсии проводится инструктаж по правилам нахождения на пищевом предприятии и охране труда; анкетирование о состоянии здоровья взрослых экскурсантов. Школьники или группы учащихся предоставляют справки о состоянии здоровья от фельдшера здравпункта учреждения образования по форме, приведенной на сайте в разделе «Экскурсии».

Экскурсанты чаще посещают хлебозавод № 4 (ул. Академика Павлова, 3а).

Наличие событийных мероприятий: проведения Дня открытых дверей.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия маленькая	Возможна организация питания для туристов	+	Фирменный магазин расположен при хлебзаводе № 3	Отсутствует	Выставочный зал

Контакты: +375 (222) 778190, +375 (44) 5300113, hlebprom@mogilev.by или lab_domochay@mail.ru

ОАО «Компания «МогНат»



Место расположения: г. Могилев, ул. Карла Маркса, 17.

Координаты: 53.898480, 30.342050.

Специализация и общая характеристика предприятия: производство алкогольных, слабоалкогольных и безалкогольных напитков.

Краткая история предприятия. В бывших пивных складах Лекерта в 1927 г. была открыта кондитерская фабрика «Октябрь». Согласно балансу фабрика выпускала 3 вида продукции: карамель, монпансье и драже. Здания фабрики, как и пивзавода, сильно пострадали при отступлении немецких оккупантов. Приказом Министерства пищевой промышленности БССР от 3 апреля 1946 г. № 139 в целях развития плодово-овощной промышленности БССР на базе местного сырья все сохранившиеся производственные здания и сооружения, складские помещения, жилые корпуса, а также детский сад бывшей кондитерской фабрики «Октябрь» переданы для создания вино-консервного завода, где будут производиться безалкогольные напитки для нужд города Могилева. Основное здание Могилевского винзавода — бывшие пивные склады Лекерта — сохранилось до наших дней и имеет статус историко-культурной ценности в составе исторического центра Могилева. 29 декабря 1951 г. датируется акт приемки законченного строительства Могилевского винодельческого завода, который 5 февраля

1952 г. введен в эксплуатацию. С 1987 г. включен в состав Могилевского производственного объединения пищевой промышленности «Могилевищепром». Могилевский завод напитков реорганизован путем слияния с Могилевским областным государственным объединением пищевой промышленности, и с 28 августа 1997 г. создано областное государственное производственное объединение пищевой промышленности — ГПО «Могилевоблищепром». Решением облисполкома 14 июня 2001 г. ГПО «Могилевоблищепром» преобразовано в Унитарное коммунальное производственное предприятие «Могилевоблищепром». Решением облисполкома УКПП «Могилевоблищепром» 26 декабря 2001 г. преобразовано в ОАО «Холдинг «Могилевоблищепром». 11 мая 2010 г. ОАО «Холдинг «Могилевоблищепром» переименовано в ОАО «Могилевоблищепром». С 1 июля 2020 г. переименовано в ОАО «Компания «МогНат»²¹⁹.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2022 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов размещены в отдельном разделе: <http://mognat.by/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по предварительной записи, день и время по согласованию.

Целевая аудитория: возраст посетителей от 18 лет; экскурсии в индивидуальном порядке не проводятся. Минимальное количество посетителей в группе должно составлять 15 человек, максимальное — 20 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: перед записью на экскурсию обязательно следует связаться со специалистом по экскурсиям для уточнения свободной даты посещения. Для записи на экскурсию необходимо скачать, заполнить и прислать на электронную почту info@mognat.by с пометкой «Экскурсия» заявку на проведение экскурсии, списочный состав группы. Заполненные документы принимаются не позднее, чем за 5 рабочих дней до даты проведения экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии составляет 45 руб./чел. в рабочие дни, 50 руб./чел. в выходные дни; оплата возможна как безналичным платежом, так и наличными в кассе предприятия.

Фото- и видеосъемка: разрешена только в дегустационном зале.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия включает в себя посещение производственных помещений и ознакомление с процессом изготовления напитков, просмотр видеофильма и де-

²¹⁹Компания «МогНат» [Электронный ресурс]. — URL: <http://mognat.by/> (дата обращения: 16.08.2024).

густацию всей линейки продукции в специальном зале. Продолжительность экскурсии составляет 1,5–2 часа.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В хорошем состоянии, парковка вдоль дороги только для легковых автомобилей; для автобуса возможна посадка и высадка	Отсутствуют	+	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует, в планах создание

Контакты: +375 (44) 7679143, info@mognat.by; marketing@mognat.by

ОАО «Могилевлифтмаш»



Место расположения: г. Могилев, пр. Мира, 42.

Координаты: 53.917722, 30.372808.

Специализация и общая характеристика предприятия: в настоящее время производственная линейка ОАО «Могилевлифтмаш» насчитывает около 180 базовых моделей лифтов (пассажирских, грузовых, больничных, коттеджных). Выпускается широкая номенклатура запасных частей и оборудование для модернизации морально устаревших и физически изношенных лифтов. Кроме лифтов выпускаются подъемники для физически ослабленных лиц, эскалаторы и траволаторы, строительные подъемники и измельчители мелкошессы (мульчировщики), а также потребительские товары.

Краткая история предприятия. История предприятия началась в 1966 г., когда постановлением Совета Министров СССР от 20 октября 1966 г. № 835 было принято решение о строительстве Могилевского лифтостроительного завода. Апрель 1970 г. — изготовлены первые три лифта, которые были установлены в Доме Советов г. Могилева. 1992 г. — начало перехода от крупносерийного производства к производству мелких серий и индивидуальному изготовлению лифтов. 2004 г. — в январе выпущен 200-тысячный белорусский лифт. 2008 г. — выпущен 225-тысячный белорусский лифт, всего за год изготовлено 8824 лифта. В 2018 г. изготовлено

14 500 лифтов, в 2019-м — более 336 000 лифтов, на 31 декабря 2023 г. — 403 593 лифта²²⁰.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2021 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): общая информация представлена в отдельном разделе сайта: <https://www.liftmach.by/about/promyshlennyy-turizm/promyshlennyy-turizm/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся по вторникам, средам и четвергам в 10:00 и 13:00.

Целевая аудитория: в основном дети (с 4 класса), взрослые; группы от 10 до 20 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись проводится по телефону (консультация и согласование времени посещения) и по электронной почте (направляется заявка и список группы; образец на сайте).

Стоимость и оплата: экскурсия проводится без взимания оплаты.

Фото- и видеосъемка: по согласованию.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: для школьников (до 9 класса) экскурсия включает посещение выставочного центра, конференц-зала с просмотром видеофильма о предприятии, испытательного стенда. Для учащихся после 9 класса экскурсия включает посещение выставочного центра, производства, конференц-зала с просмотром видеофильма о предприятии, испытательного стенда. На производстве экскурсию проводит технолог. В выставочном центре с учащимися общаются представители отдела кадров. Во время экскурсии используется усилитель голоса. Продолжительность экскурсии для школьников до 9 класса — 1 час, для остальных — 1,5 часа.

Наличие событийных мероприятий: проведение Дня открытых дверей.

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	–	+	В фирменном магазине можно приобрести сувенирную продукцию	Возможность проведения экскурсии для людей с ограничениями жизнедеятельности есть	Выставочный центр

Контакты: +375 (2227) 40967, +375 (29) 7203966 (Viber), liftmach@liftmach.by

²²⁰Могилевлифтмаш [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.liftmach.by> (дата обращения: 17.08.2024).

ОАО «Бабушкина крынка»



Место расположения: г. Могилев, ул. Академика Павлова, 3.

Координаты: 53.864483, 30.378354.

Специализация и общая характеристика предприятия: один из крупнейших производителей натуральной молочной продукции в Республике Беларусь; производственные мощности организации позволяют перерабатывать до 3000 тонн молока в сутки. Сырьевая зона охватывает 18 из 21 района Могилевской области.

Краткая история предприятия. Могилевский молочный комбинат построен в 1979 г. для переработки сырья (молока) в регионе и производства основных видов молочной продукции. 28 сентября 1995 г. преобразован в ОАО «Могилевский молочный комбинат», которое 14 марта 2006 г. переименовано в ОАО «Бабушкина крынка», в 2012-м — в ОАО «Бабушкина крынка» — управляющая компания холдинга «Могилевская молочная компания «Бабушкина крынка».

В состав ОАО «Бабушкина крынка» входят следующие филиалы и производственные цеха: цех по производству сыров (г. Бельнич), филиал «Быховский», филиал «Славгородский», филиал «Бобруйский», филиал «Мстиславский», филиал «Осиповичский», филиал «Кировский», филиал «Дрибинский», филиал «Кричевский», филиал «Круглянский», филиал «Краснопольский»,

филиал «Костюковичский», филиал «Глусский», филиал «Кличевский», производственный цех «Чаусский», филиал «Климовичский»²²¹.

Экскурсии на предприятии проводятся с 2017 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация и образцы документов представлены в отдельном разделе: <https://babushkina.by/ekskursiya-po-fabrike/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся во вторник в 10:00, среду и четверг в 13:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 7 лет). Экскурсии в индивидуальном порядке не проводятся. Минимальное количество посетителей в группе должно составлять 6 человек, максимальное не более 25 человек. Для групп, состоящих из детей до 18 лет обязательно присутствие не менее двух взрослых сопровождающих, которые несут ответственность за жизнь и здоровье несовершеннолетних.

Система продажи и бронирования экскурсий: запись проводится по телефону и электронной почте. Необходимо скачать, заполнить и приложить на электронную почту ekskursiibk@babushkina.by с пометкой «Экскурсия» заявку на проведение экскурсии, списочный состав группы посетителей, документы об оплате за экскурсию. Заполненные документы принимаются не позднее, чем за 7 рабочих дней до даты проведения экскурсии.

Стоимость и оплата: стоимость экскурсии с одного человека составляет 5 руб. (дети), 20 руб. (дети, экскурсия + набор продукции); 10 руб. (взрослые). Оплатить экскурсию необходимо безналичным платежом (система «РАСЧЕТ» (ЕРИП) — туризм/отдых — экскурсии, достопримечательности — Бабушкина крынка — НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ — сумма).

Фото- и видеосъемка: запрещена.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: экскурсия проходит по специальной галерее и знакомит с процессом производства цельномолочной продукции на современном высокотехнологичном оборудовании с применением инновационных технологий. По галерее экскурсанты осматривают производственные цеха (йогуртный, молочный, творожный, готовой продукции и др.). Дегустация мороженого. Продолжительность экскурсии составляет 1,5 часа. Экскурсовод использует усилитель голоса.

²²¹Бабушкина крынка [Электронный ресурс]. — URL: <https://babushkina.by> (дата обращения: 16.08.2024).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия	В столовой предприятия возможна организация питания для группы	+	Полный ассортимент продукции представлен в столовой	Отсутствует. Возможно проведение экскурсий для людей с нарушениями слуха.	Отсутствует

Контакты: ekskursiibk@babushkina.by

ОАО «ФанДОК»



Место расположения: г. Бобруйск, улица Ленина, д. 95.

Координаты: 53.16474, 29.23041.

Специализация и общая характеристика предприятия: предприятие осуществляет полную переработку древесины, лесозаготовки и разделки хлыстов, выпуск пиломатериалов, фанеры, мебельных щитов, изделий деревообработки и высокохудожественной мебели.

Краткая история предприятия. История Бобруйского фанерно-деревообрабатывающего комбината началась в 1926 г. 8 ноября 1929 г. состоялось торжественное открытие Бобруйского деревообрабатывающего комбината, крупнейшего в Европе. В состав комбината входили лесопильный, фанерный, стружечный, бочарный цеха, белодеревный завод, сушилки, электростанция. В январе 1971 г. на базе комбината создано Бобруйское производственное деревообрабатывающее объединение «Бобруйскдрев». За достигнутые высокие показатели Указом Президиума Верховного Совета БССР от 22 ноября 1979 г. объединению присвоено звание имени 60-летия Белорусской ССР. С 1 ноября 1991 г. ПО «Бобруйскдрев» преобразовано в народное объединение. С 1 июня 1994 г. ПО «Бобруйскдрев» преобразовано в ОАО «ФанДОК»²²².

²²²ФанДОК [Электронный ресурс]. — URL: <https://fandok.com/> (дата обращения: 14.08.2024).

Музей трудовой славы открыт 9 октября 1985 г. В мае 2008 г. ему присвоено почетное звание «народный». Музей насчитывает свыше 1350 уникальных экспонатов, десятки стендов, тысячи фотографий. В его экспозициях показано начало строительства комбината, работа ударников и стахановцев лесопиления в 1930-е годы, героизм работников комбината — участников Великой Отечественной войны, трудовой и боевой славы ОАО «ФандОК».

Экскурсии на предприятии проводятся с 2021 г.

Наличие сайта (раздела сайта, посвященного туризму): организационная информация представлена в отдельном разделе «Промышленный туризм»: <https://fandok.by/>.

Время и режим посещения: экскурсии проводятся с понедельника по пятницу с 10:00 до 15:00.

Целевая аудитория: взрослые и дети (с 10 лет). Экскурсии проводятся только для организованных групп, обеспеченных собственным транспортом туроператора. Экскурсии в частном (индивидуальном) порядке не проводятся и сборные группы не формируются. Минимальное количество посетителей в группе от 10 до 30 человек.

Система продажи и бронирования экскурсий: предварительная запись осуществляется за 4 рабочих дня до планируемой даты посещения. Звонки принимаются ежедневно с 08:00 до 17:00. Заказ экскурсии по безналичному расчету (договор) оформляется за 10 дней до даты планируемой экскурсии. Необходимо соблюдение требований по охране труда, пожарной безопасности, а также санитарных правил и норм (инструктаж проводится перед экскурсией, сопровождающим вручаются и высылаются памятки перед экскурсией).

Стоимость и оплата: дети до 18 лет и студенты — 7 руб., взрослые — 10 руб. Оплата экскурсии возможна безналичным и наличным платежом на месте в кассе предприятия.

Фото- и видеосъемка: на производстве запрещена, разрешена только в установленных местах.

Экскурсии, мастер-классы, дегустации, интерактивные формы: маршрут экскурсии включает в себя посещение цеха по производству клееной фанеры, в котором показывается ход изготовления фанеры: как идет подготовка древесины, заготовка и лущение шпона, склеивание шпона в листы и другие рабочие потоки. Также посещается цех по производству мебельной продукции из массива. Знакомство с развитием производства и технологическим процессом по изготовлению мебели. Можно увидеть ручную работу резчиков по высокохудожественной обработке дерева. Продолжительность экскурсии составляет примерно 1,5 часа. Также возможно посещение Музея

трудоустрой (вход 2,5 руб./чел.), расположенного на 2 этаже Дома культуры (ул. Куйбышева, 59).

Инфраструктура:

Подъездная дорога и парковка	Объекты питания	Туалет	Фирменный магазин и сувенирная продукция	Безбарьерная среда	Музей
В отличном состоянии, парковка возле предприятия. Во время экскурсии возможен проезд по территории на автобусе.	Возможна организация питания для туристов. Цены и варианты меню указаны на сайте в разделе «Промышленный туризм»	+	Находится рядом с предприятием (ул. Ленина, 94). В фирменном магазине можно приобрести сувениры, а также товары, выпускаемые предприятием.	Отсутствует	+

Контакты: +375 (44) 5300210, ovsyaniuk.m@fandok.by

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В представленном исследовании при решении поставленных задач были получены следующие результаты.

1. Охарактеризован генезис и исторические этапы развития промышленного туризма в Беларуси. Нами выделены три этапа: I этап (XIX в. — первая четверть XX в.), II этап (1930-е — 2010-е гг.), III этап (2015 г. — настоящее время). Характеристика каждого этапа содержит описание основных тенденций развития промышленного туризма и наиболее значимых событий. Именно на третьем этапе, начиная с 2015 г., промышленный туризм Республики Беларусь вышел на качественно новый уровень, который характеризуется массовостью посещения производственных объектов на коммерческой основе, благодаря чему на нормативно-правовом уровне промышленный туризм выделяется в отдельный вид туризма. На основании полученных нами сведений можно выделить две волны подъема коммерческого промышленного туризма — 2016–2017 гг. и 2021–2023 гг. В эти годы наибольшее количество предприятий начало туристическую деятельность.

Также были рассмотрены изменения содержания понятия «промышленный туризм» и особенности отечественной традиции определения данного вида туризма и его классификационных признаков.

2. Автором осуществлена классификация промышленного туризма по следующим критериям:

- организационной форме;
- способу организации;
- источникам финансирования;
- целям воздействия на аудиторию;
- цели посещения;
- интенсивности посещений;
- отраслевой принадлежности;
- возрасту целевой аудитории и по составу группы.

Совокупность указанных критериев позволяет наиболее полно охарактеризовать деятельность предприятий в сфере промышленного туризма.

3. Автором описан зарубежный опыт развития туризма и приведены примеры успешно реализованных проектов. В частности, рассмотрен опыт стран Европы (проект ЕС «Европейский маршрут промышленного наследия» и отдельно Германии, Англии, Италии, стран Балтии), Китайской Народной Республики, США, Российской Федерации. В результате сравнения можно отметить, что посещение действующих предприятий является отличительной чертой белорусского промышленного туризма. Посещение специально созданных музейно-выставочных комплексов предприятий и объектов промышленного наследия, как в других странах, не является характерным, хотя также получило некоторое распространение в Беларуси на современном этапе. Также следует подчеркнуть преимущественно организованный характер промышленного туризма в Беларуси, который развивается в форме производственных экскурсий. Осмотр и/или посещение объектов промышленного наследия входит в сферу историко-культурного (познавательного) туризма.

Перспективной является адаптация существующего промышленного турпродукта под возможности приема индивидуальных туристов. Опыт создания интерактивных карт национальных и региональных маршрутов промышленного туризма для продвижения на внутреннем и внешнем рынках может быть применим в Республике Беларусь, в том числе на базе уже существующих туристических порталов.

4. В настоящем исследовании фокус-группу составляют около 70 предприятий, которые проводят экскурсии на коммерческой основе или сотрудничают с субъектами туристической деятельности, а также развивают (или планируют развивать в ближайшей перспективе) промышленный туризм (см. Приложение 1). В то же время порядка 100 предприятий проводят экскурсии для бизнес-делегаций, а также для школьников и студентов в рамках профориентационной работы. Большинство из них могут проводить экскурсии на коммерческой основе, а многие уже имеют необходимые условия для этого. Начало реализации производственных экскурсий является делом времени и воли руководства. Вопрос доступности и открытости предприятий для туристов, а также упрощения процедуры согласования экскурсионного посещения по-прежнему остается актуальным. Также актуальной является выработка единого подхода для учета количества промышленных туристов.

По нашему мнению, важным является разделение промышленного туризма на коммерческий и социальный (прежде всего профориентационный), что обычно не происходит и создает определенные трудности в продвижении и реализации туристического продукта.

Созданы 64 паспорта объектов промышленного туризма в Республике Беларусь по всем областям и г. Минску, которые включают в себя сведения о наименовании объекта, месте и координатах расположения, специализации, общей характеристике и краткой истории предприятия, проводимых экскурсиях, дегустациях, мастер-классах и иных активностях; информацию об организации экскурсионной деятельности, целевой аудитории, системе продажи и бронирования экскурсий, стоимости и способах оплаты, наличии инфраструктуры и сопутствующих услугах, а также фотографическое изображение.

Развитие промышленного туризма на предприятиях все еще находится в сильной зависимости от личного фактора. До тех пор, пока проведение производственных экскурсий не сформируется в самокупаемую систему с регулярным потоком посетителей и отлаженным механизмом обработки заявок, взаимодействия с туроператорами, бронирования и реализации, по решению руководства, особенно при смене руководителя, возможна временная остановка либо полная отмена проведения экскурсий. Помимо поддержки со стороны руководства предприятий, не менее важным является наличие в штате заинтересованных сотрудников, которые развивают данное направление, а также поддержки со стороны сотрудников иных отделов и служб и рабочих на производстве. Зачастую экскурсии воспринимаются как отвлекающий и раздражающий фактор, поэтому необходимо проводить информационную работу внутри трудового коллектива для разъяснения значения, целей и задач развития промышленного туризма на производстве, чтобы достигнуть необходимого уровня понимания, вовлеченности и комфорта как для работников, так и экскурсантов.

Во время проведения исследования мы неоднократно сталкивались с ситуацией, когда сотрудники предприятий даже не знают, как можно развивать промышленный туризм, с чего начинать, какие документы необходимы и т. п. Целесообразным полагаем реализацию обучающего проекта с участием не только представителей туристической индустрии, но и сотрудников предприятий, давно развивающих промышленный туризм, которые могли бы поделиться своим практическим опытом.

Важнейшим фактором является безопасность посетителей и работников. Во многом возможности по приему экскурсантов ограничены непригодными для этих целей производственными помещениями, в особенности, когда речь идет о предприятиях, построенных до 1990-х. При проектировании новых корпусов и модернизации старых следует учиты-

вать перспективу работы с туристическими группами. Особо актуально это для организаций пищевой промышленности, посещение которых имеет строгие правила и ограничения. Создание специальных помещений и галерей, позволяющих увидеть производственный процесс, дает возможность предприятию распахнуть двери для туристов. Актуальной также является работа по созданию новых и модернизации существующих музейно-выставочных помещений при предприятиях, в которых могут проводиться экскурсии даже при отсутствии возможности посещения непосредственно производства.

В целях доступности и расширения возможностей приема индивидуальных туристов актуальным является внедрение практики организации регулярных сборных экскурсий по установленному графику и системой онлайн-бронирования экскурсий, которая в равной степени удобна и для туристов, и для сотрудников предприятия, так как позволяет оптимизировать организационные процессы, экономить время и уменьшать трудозатраты на обработку заявок.

В ходе исследования нами определены основные цели и мотивы развития промышленного туризма как для туроператоров, так и для предприятий. Обозначены вопросы взаимодействия представителей туристической и промышленной индустрии.

Также показаны преимущества развития промышленного туризма и его роль в развитии территории и формировании локального и регионального бренда.

5. В настоящем исследовании проанализированы и систематизированы экскурсии и маршруты туристических путешествий с посещением промышленных предприятий, включая экскурсии, разработанные по заказу Национального агентства по туризму, представленные на различных онлайн-сервисах и информационных ресурсах, а также в системах продажи белорусских туроператоров. Тема промышленного туризма в большей или меньшей степени освещается в производственных, обзорных, архитектурно-исторических, краеведческих и иных экскурсиях. Предложены темы и объекты для разработки новых контрольных текстов экскурсий. Приведены интерактивные формы для проведения экскурсий на производстве как перспективные, так и уже используемые белорусскими предприятиями: квест, дегустация, мастер-класс, иммерсивные постановки, экскурсия-спектакль, светозвуковые и музыкальные инсталляции, техно-шоу, арт-объекты.

Отдельно отмечено включение индустриальных ландшафтов и объектов промышленного наследия Беларуси в туризм, которые используются как

локации для фото-паузы, или выступают в качестве объектов показа. Рассматриваются примеры музеефикации объектов промышленного наследия или их вторичного использования с новым функциональным назначением (кафе, ресторан, выставочный зал, туристический комплекс, галерея, офис и т. п.).

6. Отдельное внимание в данном исследовании уделено значению музеев на промышленных предприятиях, включая практику создания виртуальных музеев. Названы функции производственных музеев, которые отражают существующую практику и специфику их работы в контексте промышленного туризма и осуществления основной деятельности предприятия. Также определены факторы, которые влияют на привлекательность производственного музея и, соответственно, на рост количества посетителей.

Экскурсия по производственному музею или выставочному пространству без непосредственного посещения цехов и рабочих помещений также является формой промышленного туризма. При наличии на предприятии музея он является обязательным элементом маршрута производственной экскурсии (обычно начальным), однако известны примеры, когда музейная экскурсия более востребована у туристов и пользуется большей популярностью, чем экскурсия по производству.

Производственный музей, а также виртуальный музей и онлайн тур по предприятию могут обеспечить доступность промышленного туризма для людей с особыми потребностями, в том числе для людей с ограниченной подвижностью, нарушениями слуха и зрения. В случае наличия ограничений по посещению производства в связи с его спецификой и возможного воздействия на здоровье, а также при отсутствии безбарьерной среды именно экскурсия по музею может стать площадкой для развития инклюзивного туризма на промышленном объекте и познакомить всех желающих с историей предприятия, производственным процессом и его продукцией.

7. В данном исследовании рассматриваются пути продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на рынке Беларуси и за рубежом. В ходе анкетирования определены основные инструменты продвижения экскурсионных услуг, которые в настоящий момент используются предприятиями в той или иной степени. В части продвижения промышленного туризма на внутреннем белорусском рынке более детально рассматриваются следующие коммерческие и некоммерческие инструменты: участие в конкурсах, выставках, местных и республиканских акциях; организация и участие в событийных мероприятиях; деятельность тури-

стических информационных центров; продвижение на государственных республиканских, областных и районных интернет-ресурсах; кросс-маркетинг; использование фотозон и инсталляций; реализация сувенирной продукции и брендовых товаров.

Целевыми для продвижения промышленного туризма являются рынки соседних государств, а также государств, с которыми существуют сложившиеся турпотоки и прямое авиасообщение, что делает Беларусь доступной для посещения с туристическими целями. Продвижение на иностранных рынках каждого отдельного предприятия целесообразно выстраивать исходя из географии поставок продукции, где известность бренда создает предпосылки для посещения предприятия в рамках общего тура в Беларусь.

Для продвижения туристического потенциала промышленных предприятий на внешних рынках большое значение, по нашему мнению, имеет их взаимодействие с белорусскими туроператорами, которые напрямую работают с иностранной дистрибуцией и продают туры, включающие посещение предприятий.

По нашему мнению, основными целевыми и потенциальными для продвижения промышленного туризма являются следующие внешние рынки: Россия (с учетом специфики регионов), Германия, Великобритания, страны Балтии (Литва, Латвия и Эстония), страны Скандинавии (Дания, Норвегия, Швеция) и Финляндия, США, Китай, Индия. Данный перечень включает в себя как рынки, с которыми можно работать в настоящий момент, так и те, работа с которыми имеет неизменный потенциал и станет возможной в определенной перспективе.

На рынках стран Балтии и России будут востребованы экскурсии на предприятия. На других рынках интерес представляют производственные экскурсии в совокупности с посещением объектов промышленного наследия, в том числе с акцентом на советский период в истории Беларуси.

Нами определены основные инструменты продвижения на зарубежных рынках: участие в презентациях туристического потенциала Беларуси за рубежом (страновая презентация); участие в воркшопах (биржи контактов); участие в туристических выставках; реклама в социальных сетях; реклама в поисковых системах и онлайн-картах; организация и проведение информационно-ознакомительных экскурсий для представителей зарубежных туроператоров, СМИ, популярных блогеров и лидеров мнения.

8. По итогам исследования определены 13 предприятий, которые в настоящий момент не развивают промышленный туризм вообще или про-

водят только профорientационные экскурсии для учащихся. При этом они являются перспективными с точки зрения развития промышленного туризма на коммерческой основе (см. Приложение 2) в контексте известности бренда, продукции, направления деятельности либо историко-культурного наследия. В Приложении 3 размещены архивные фотографии промышленных объектов Беларуси, которые могут быть использованы в качестве иллюстративного материала для «портфеля экскурсовода».

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Амкодор-КЭЗ [Электронный ресурс]. — URL: <https://amkodor-kez.by> (дата обращения: 16.08.2024).
2. Атлант [Электронный ресурс]. — URL: <https://atlant.by/> (дата обращения: 23.09.2024).
3. Бабушкина крынка [Электронный ресурс]. — URL: <https://babushkina.by> (дата обращения: 16.08.2024).
4. Безвизовый въезд для граждан европейских стран продлен до конца 2025 года / Государственный пограничный комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <https://gpk.gov.by/news/gpk/164826/> (дата обращения: 13.12.2024).
5. БелАЗ [Электронный ресурс]. — URL: <https://belaz.by/> (дата обращения: 17.09.2024).
6. Белкоммунмаш [Электронный ресурс]. — URL: <https://holdingbkm.com/> (дата обращения: 10.09.2024).
7. Белорусская атомная электростанция [Электронный ресурс]. — URL: <https://belaes.by/ru/> (дата обращения: 01.10.2024).
8. Белорусский дом печати [Электронный ресурс]. — URL: <https://domdruki.by/> (дата обращения: 21.06.2024).
9. Белхудожкерамика [Электронный ресурс]. — URL: <https://belhudkeramika.by/> (дата обращения: 15.08.2024).
10. Белшина [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belshina.by> (дата обращения: 27.09.2024).
11. Булочно-кондитерская компания «Домочай» [Электронный ресурс]. — URL: <https://domochay.by> (дата обращения: 16.08.2024).
12. Верхнедвинский маслосырзавод [Электронный ресурс]. — URL: <https://yancheese.by/> (дата обращения: 23.08.2024).
13. Винокурня Нарочь [Электронный ресурс]. — URL: <https://narochdistillery.by> (дата обращения: 11.09.2024).

14. Виртуальный музей ОАО «Белкард» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belcard-grodno.com/info/life-factory/virtualnyy-muzej/> (дата обращения: 08.09.2024).

15. Виртуальный музей УП «Гроднооблдорстрой» [Электронный ресурс]. — URL: <https://grodnoods.by/virtualnyj-muzej.html> (дата обращения: 08.09.2024).

16. Виртуальный музей Гродненское РУП «Фармация» [Электронный ресурс]. — URL: <https://farmacia.by/company/virtualnyj-muzej/> (дата обращения: 07.09.2024).

17. Виртуальный музей ОАО «Красносельскстройматериалы» филиал № 5 «Гродненский комбинат строительных материалов» [Электронный ресурс]. — URL: <https://ksm-grodno.by/pictures/virtua-ksm/index.html> (дата обращения: 08.09.2024).

18. Виртуальный музей ОАО «Мостовдрев» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mostovdrev.by/about/museum/> (дата обращения: 08.09.2024).

19. Виртуальный музей ОАО «СЗОС» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.szos.by/virtualnyy-muzej> (дата обращения: 09.09.2024).

20. Виртуальный музей УП «Слонимский водоканал» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.slonimvodokanal.by/index.php/ru/virtualnyj-muzej> (дата обращения: 09.09.2024).

21. Виртуальный музей ОАО «Союзпроммонтаж» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.sojuzprommontazh.by/kompaniya/virtualnyj-muzej/> (дата обращения: 09.09.2024).

22. Виртуальный музей СПК им. Деньщикова [Электронный ресурс]. — URL: <https://spk-denschikova.by/o-hozyajstve/virtualnyj-muzej.html> (дата обращения: 08.09.2024).

23. Виртуальный музей техники и электроники / ГУО «Средняя школа № 51 г.Минска» [Электронный ресурс]. — URL: <http://sch51.minsk.edu.by/ru/main.aspx?guid=13411> (дата обращения: 11.09.2024).

24. Витебские ковры [Электронный ресурс]. — URL: <http://vitcarpet.com/> (дата обращения: 23.09.2024).

25. Возрождение индустриального наследия через промышленный туризм / Хэ Синьюй, Ло Цзе // Журнал «Китай» [Электронный ресурс]. — URL: http://kitaichina.com/rlvxing/202306/t20230609_800333927.html (дата обращения: 22.09.2024).

26. Воронович, К. И. Современные инструменты продвижения туризма в сети Интернет / К. И. Воронович // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. — Минск, 2023. — С. 405–411.

27. Все — на завод! Познавательные экскурсии на российские предприятия: Путеводитель по промышленному туризму / Агентство стратегических инициатив. — 2024 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/199902/> (дата обращения: 25.09.2024).

28. Выездной турпоток из Индии растёт рекордными темпами после пандемии / RATA-news [Электронный ресурс]. — URL: <https://ratanews.ru/news/general/vyezdnoi-turpotok-iz-indii-rastet-rekordnymi-tempami-posle-pandemii> (дата обращения: 15.12.2024).

29. Гененко, О. Н. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона / О. Н. Гененко, Н. В. Посохова, Ю. В. Бовкунова, Е. С. Кущенко // Инновации и инвестиции. — 2020. — 10. — С. 207–210.

30. Гомельское ПО «Кристалл» [Электронный ресурс]. — URL: <https://kristall.by/> (дата обращения: 21.09.2024).

31. Гомсельмаш [Электронный ресурс]. — URL: <https://gomselmash.by> (дата обращения: 11.07.2024).

32. Горелова, Е. Заглянуть в домну: промышленный туризм в России идет к рекорду / Е. Горелова // Forbes [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.forbes.ru/biznes/520725-zaglanut-v-domnu-promyslennyy-turizm-v-rossii-idet-k-rekordu> (дата обращения: 25.09.2024).

33. ГрандМилк [Электронный ресурс]. — URL: <https://grandmilk.co/> (дата обращения: 16.08.2024).

34. Гранит [Электронный ресурс]. — URL: <https://granit.by/>. — Дата доступа: 23.09.2024).

35. Гронитекс [Электронный ресурс]. — URL: <https://gronitex.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

36. Грунтоў, Сяргей. Забытая экспедыцыя 1923 года: ля вытокаў акадэмічнай этнаграфіі ў Беларусі: альбом-манаграфія / Сяргей Грунтоў, Яніна Грыневіч, Надзея Саўчанка; Нацыянальная акадэмія навук Беларусі, Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры. — Мінск: Беларуская навука, 2023. — 215 с.

37. Двинский бровар [Электронный ресурс]. — URL: <https://dbrovar.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

38. Денисов, А. В. Подготовка Первой Всебелорусской сельскохозяйственной и промышленной выставки в БССР в 1927-1929 гг. Оформление концепции и планирование / А. В. Денисов // Труды БГТУ. Сер. 6, История, философия. — Минск : БГТУ, 2019. — № 1 (221). — С. 70-74.

39. Добрушский фарфоровый завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://dfz.by/> (дата обращения: 21.06.2024).

40. Додонов, О. В. Международный опыт и перспективы развития промышленного туризма в Республике Беларусь / О. В. Додонов, Е. А. Додонова //

Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междуна. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. — Минск, 2023. — С. 173–180.

41. Дыленок, Ю. П., Сидорович, С. В. Методические рекомендации по разработке и проведению экскурсий на предприятиях и промышленных объектах / Ю. П. Дыленок, С. В. Сидорович. — Минск : Белтаможсервис, 2022. — 87 с.

42. Жабинковский сахарный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://sahar.by/> (дата обращения: 01.10.2024).

43. Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З «О туризме» // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mst.gov.by/data/files/copy.doc> (дата обращения: 03.06.2024).

44. Запарий, В. В. «Индустриальное наследие» и его современное толкование / Запарий В. В. // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. — 2009. — № 1. — С. 34–37.

45. Зянько, А. Л. Арганізацыя сельскагаспадарчых экскурсій у Беларусі ў пачатку XX ст. / А. Л. Зянько // Матэрыялы II Міжнароднай навучна-практычнай канферэнцыі «Перспектывы развіцця турызма в сучасных умовах: сусветныя тэндэнцыі і рэгіянальныя кантэксты», [28.09.2022 г., г. Мінск / рэдкалегія: І. Н. Вороніч (прэсідэнт) і др.]. — Мінск, 2022. — С. 433–438.

46. Иловское [Электронный ресурс]. — URL: <https://ilovo.by/> (дата обращения: 14.09.2024).

47. Индустриальное наследие как туризм в Эстонии и Латвии. — Рига: SIA “IBC Print Baltic”, 2018. — 60 с.

48. Каспяровіч, Г. І. Сельскагаспадарчая адукацыя / Г. І. Каспяровіч // Нарысы гісторыі культуры Беларусі. У 4 т. Т. 3. Культура сяла XIV — пачатку XX ст. Кн. 1. Матэрыяльная культура / А. І. Лакотка [і інш.]; навук. рэд. А. І. Лакоткаа. — Мінск : Беларуская навука, 2015. — С. 515–533.

49. Коммунарка [Электронный ресурс]. — URL: <https://kommunarka.by> (дата обращения: 09.09.2024).

50. Константинова, А.С., Панченко, О.Л. Промышленный туризм: особенности и перспективы развития в России / А. С. Константинова, О. Л. Панченко // Казанский вестник молодых ученых. — 2022. — Т. 6. — № 3. — С. 82–91.

51. Киштымов, А. Л. Беларусь на выставках XIX — начала XX в. / А. Л. Киштымов. — Минск : Беларуская навука, 2021. — 298 с.

52. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры [Электронный ресурс] / Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=Hk1600413> (дата обращения: 27.08.2024).

53. Козеферма ДАК [Электронный ресурс]. — URL: <https://dak.by/> (дата обращения: 23.09.2024).
54. Компания «МогНат» [Электронный ресурс]. — URL: <http://mognat.by/> (дата обращения: 16.08.2024).
55. Красносельскстройматериалы [Электронный ресурс]. — URL: <https://cementby.by/> (дата обращения: 05.07.2024).
56. Красный Мозырянин [Электронный ресурс]. — URL: <https://korovka.by/> (дата обращения: 16.06.2024).
57. Красный пищевик [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.zefir.by/> (дата обращения: 18.08.2024).
58. Кунашко, Е. А. Использование туристического потенциала в профориентационной работе учреждения профессионального образования / Е. А. Кунашко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. — Минск, 2023. — С. 219–224.
59. Кушнеревич, А. Н. Теория и история туризма : учеб.-метод. комплекс для студентов специальности 1-23 01 02 Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям) / А. Н. Кушнеревич. — Минск: Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2023. — 369 с.
60. Лидапищекопцентраты [Электронный ресурс]. — URL: <https://lidkon.by/> (дата обращения: 13.08.2024).
61. Лидахлебопродукт [Электронный ресурс]. — URL: <https://muka.by/> (дата обращения: 13.08.2024).
62. Лидское пиво [Электронный ресурс]. — URL: <https://lidskae.by/> (дата обращения: 13.08.2024).
63. Лупашка, І. Турысцка-экскурсійная работа ў БССР ў 1920-я гг. па матэрыялах часопіса «Наш Край» / Ірына Лупашка // Роднае слова. — 2022. — 4. — С. 85–89.
64. Любна [Электронный ресурс]. — URL: <https://lubna.by/> (дата обращения: 15.09.2024).
65. Ляўчук, Я. Фабрычна-прамысловыя прадпрыемствы места Мінску: (нататкі да маршрутаў) / Я. Ляўчук // Наш край. — 1928. — № 6–7. — С. 27–33.
66. Мак Кристиан, О. Китайская модель: туризм в промышленных масштабах / Оксана Мак Кристиан // CongressTime. — № 4(17). — 2021. — С. 36–39.
67. Марискин, О. И. Нижнетагильская хартия индустриального наследия / О. И. Марискин // Экономическая история. — № 5. — 2007. — С. 89–94.
68. Маршрут индустриальной культуры (промышленное наследие Рурской области) [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.route-industriekultur.ruhr/ru/>. (дата обращения: 22.09.2024).

69. Методология развития промышленного туризма в Российской Федерации. Версия 2.0 / Агентство стратегических инициатив. — 2022 [Электронный ресурс]. — URL: <https://asi.ru/library/promtourism/184110/> (дата обращения: 08.09.2024).
70. Минск — Умный, высокотехнологичный город / Информационно-туристский центр «Минск». [Электронный ресурс]. — URL: <https://minsktourism.by/8182.pdf> (дата обращения: 13.08.2024).
71. Минский автомобильный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://maz.by/> (дата обращения: 15.07.2024).
72. Минский завод игристых вин [Электронный ресурс]. — URL: <https://wines.by/> (дата обращения: 21.09.2024).
73. Минский маргариновый завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://margarin.by/> (дата обращения: 14.08.2024).
74. Минский метрополитен [Электронный ресурс]. — URL: <https://metropoliten.by/> (дата обращения: 23.09.2024).
75. Минский завод колесных тягачей [Электронный ресурс]. — URL: <https://mzkt.by/> (дата обращения: 19.07.2024).
76. Минский тракторный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://belarustractors.com/> (дата обращения: 17.07.2024).
77. Минсктранс [Электронный ресурс]. — URL: <https://minsktrans.by/> (дата обращения: 23.09.2024).
78. Минский часовой завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://luch.by/> (дата обращения: 21.09.2024).
79. Минскхлебпром [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.minskhlleb.by/> (дата обращения: 01.10.2024).
80. Могилевлифтмаш [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.liftmach.by> (дата обращения: 17.08.2024).
81. Мозырьсоль [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mozyrsalt.by/> (дата обращения: 14.08.2024).
82. Молочный мир [Электронный ресурс]. — URL: <https://milk.by/> (дата обращения: 28.09.2024).
83. Морозов, Д. В. Актуальные инструменты продвижения туристического продукта / Д. В. Морозов // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 27 сент. 2024 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. — Минск, 2024. — С. 325–332.
84. Музей ОАО «Волковысский мясокомбинат» [Электронный ресурс]. — URL: <https://volmk.by/collective/virtualnyy-muzey/> (дата обращения: 08.09.2024).

85. Национальная стратегия развития туризма в Республике Беларусь до 2035 года // Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/news/AF.pdf> (дата обращения: 07.08.2024).

86. Наша пивоварня [Электронный ресурс]. — URL: <https://robimgood.beer/> (дата обращения: 22.09.2024).

87. Никулина, Ю.Н. Промышленный туризм в мировой практике: особенности организации и тенденции развития / Ю.Н. Никулина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2017. — С. 40–44.

88. ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»: 3-D тур по предприятию [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.by/maps/-/CDH4f8MS> (дата обращения: 11.09.2024).

89. ОАО «Милкавита»: 3-D тур по предприятию [Электронный ресурс]. — URL: <https://milkavita.by/o-kompanii/3d-tur-po-predpriyatiju/> (дата обращения: 23.09.2024).

90. ОАО «МТЗ»: 3-D тур по предприятию [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.by/maps/-/CDH4j-l6> (дата обращения: 11.09.2024).

91. Озеричкий-Агро [Электронный ресурс]. — URL: <https://ozagro.by/> (дата обращения: 11.09.2024).

92. Оршанский льнокомбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://linenmill.by/> (дата обращения: 15.09.2024).

93. Пациенко, С. А. Экскурсионная деятельность кондитерских предприятий в контексте развития промышленного туризма в Республике Беларусь / С. А. Пациенко // Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты : материалы III Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 28 сент. 2023 г. / Национальное агентство по туризму ; редкол.: И. Н. Воронович (предс.) [и др.]. — Минск, 2023. — С. 235–243.

94. Перечень предприятий и организаций, реализующих услуги по промышленному туризму на 1 ноября 2023 г. // Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/vazhnyedokumenty/8C.pdf> (дата обращения: 23.06.2024).

95. Перспективы белорусского промышленного туризма: социологическое прогнозирование // Институт социологии Национальной академии наук Беларуси [Электронный ресурс]. — URL: <https://socio.bas-net.by/perspektivy-belorusskogo-promyshlennogo-turizma-sotsiologicheskoe-prognozirovanie/> (дата обращения: 21.09.2024).

96. Пивоваренная компания Аливария [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.alivaria.by/> (дата обращения: 19.07.2024).

97. Положение о проведении экскурсий на республиканском унитарном производственном предприятии «Гранит» [Электронный ресурс]. —

URL: <https://granit.by/upload/iblock/dc5/jxuhdszy7hyfg4v6giffv9s361qfnof/Polozhenie-ekskursii.pdf> (дата обращения: 02.08.2024).

98. Полоцкая земля [Электронный ресурс]. — URL: <https://polackland.by/> (дата обращения: 28.08.2024).

99. Полоцкие напитки и концентраты [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.napitkipol.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

100. Полоцк-Стекловолокно [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.polotsk-psv.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

101. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 16.02.2021 № 90 «Об определении перечня» // Совет Министров Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.government.by/upload/docs/FILEa159cbacb53d3164.PDF> (дата обращения: 09.08.2024).

102. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 02.09.2022 № 584 «О Единой классификации видов туризма» // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mst.gov.by/data/files/8F.doc> (дата обращения: 07.08.2024).

103. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07.12.2022 № 839 «О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма» // Национальное агентство по туризму [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.belarustourism.by/vazhnye-dokumenty/8B.doc> (дата обращения: 07.08.2024).

104. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 07.08.2023 № 36 «О ведении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» // Министерство спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.mst.gov.by/data/files/8F.doc> (дата обращения: 07.08.2024).

105. Прадпрыемствы БССР [Изоматериал]: [Комплект фат.] // Нацыянальная бібліятэка Беларусі. — Б.м. : Б.в., Б.г. — 1 папка (17 асобл.).

106. Пракаповіч, І. Бровар: вінакурэнне на абсягах паўночна-заходняй Беларусі (Пастаўскі і Мядзельскі раёны) / Ігар Пракаповіч. — Мінск : Ковчег, 2024. — 149 с.

107. Промышленность Республики Беларусь. Статистический буклет / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Минск, 2024. — 31 с.

108. Промышленный туризм // Gomel Travel [Электронный ресурс]. — URL: <https://gomel-travel.by/index.php/promyshlennyj-turizm> (дата обращения: 28.08.2024).

109. Промышленный туризм в Беларуси как бренд и стратегия // Пульс общества. Белорусский институт стратегических исследований (БИСИ) [Электронный ресурс]. — URL: <https://socio.bisr.by/promyshlennyj-turizm-v-belarusi-kak-brend-i-strategija/> (дата обращения: 02.08.2024).

110. Путеводитель по производственному туризму Минской области / Главное управление спорта и туризма Минского областного исполнительного комитета. — Минск, 2023. — 44 с.

111. Пяцігадовы план Беларускай ССР 1946–1950 [Выяўленчы матэрыял]: [камплект рэпрадукцый] / адказны рэдактар Сосін Л. М. — Мінск : Дзяржплан Савета Міністраў БССР, 1947. — 1 папка (47 асобных л. з нумерацыяй, 3 асобных л. без нумерацыі).

112. Ратов [Электронный ресурс]. — URL: <http://ratov.by/> (дата обращения: 01.10.2024).

113. Ресурсный центр ЭкоТехноПарк — Волма [Электронный ресурс]. — URL: <https://etp-volma.by/> (дата обращения: 02.10.2024).

114. Речицкий метизный завод [Электронный ресурс]. — URL: <https://rmz.by/> (дата обращения: 09.09.2024).

115. Рогачевский молочно-консервный комбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.rmkk.by/> (дата обращения: 12.09.2024).

116. Санькова, А. С. Промышленное наследие: к разработке классификации / А. С. Санькова // Вестник СПбГИК. — № 3 (52). — сентябрь 2022. — С. 97–101.

117. Сидорович, С. В. Минский тракторный завод: опыт организации промышленных экскурсий / С. В. Сидорович // Материалы II Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туризма в современных условиях: мировые тенденции и региональные контексты», [28.09.2022 г., г. Минск / редколлегия: И. Н. Воронович (председатель) и др]. — Минск, 2022. — С. 190–194.

118. Слодыч [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.slodych.by/> (дата обращения: 22.08.2024).

119. Слуцкие пояса [Электронный ресурс]. — URL: <https://slutskiepoysa.by/>. — URL: <https://sahar.by/> (дата обращения: 12.08.2024).

120. Слуцкий сахарорафинадный комбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.sugar.by/> (дата обращения: 09.08.2024).

121. Слуцкий уксусный завод [Электронный ресурс]. — URL: <http://slutskiyuksus.by/> (дата обращения: 09.08.2024).

122. Спартак [Электронный ресурс]. — URL: <https://spartak.by/> (дата обращения: 26.08.2024).

123. Стеклозавод «Неман» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.neman.by/> (дата обращения: 13.09.2024).

124. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года // Правительство Российской Федерации [Электронный ресурс]. — URL: <http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVa4yzPAshEulYxmWSpB4lrM.pdf> (дата обращения: 07.08.2024).

125. Торфобрикетный завод Дитва [Электронный ресурс]. — URL: <https://ditva.by/> (дата обращения: 10.09.2024).

126. Требования к методической разработке экскурсий / Центральный совет по туризму и экскурсиям; ответственный за выпуск Б. В. Емельянов. — Москва: Центральное рекламное-информационное бюро "Турист", 1979. — 37 с.

127. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический буклет. — Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2024. — 27 с.

128. Туристические маршруты по нефтехимическим предприятиям // Портал «Нефтехимия» [Электронный ресурс]. — URL: <https://belchemoil.by/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/pomyshlenniy-turizm-daet-impuls> (дата обращения: 13.08.2024).

129. Туровский молочный комбинат [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.turovmilk.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

130. Тютюнник, Ю. Г. Ландшафты промышленных территорий: место в культуре, предмет исследования, проблемы терминологии и смысла / Ю. Г. Тютюнник // Географический вестник. — 2020. — 1(52). — С. 42–59.

131. Услуги промышленного туризма оказывают 12 холдинговых структур минпрома. Кто в топе по популярности? // 1prof.by [Электронный ресурс]. — URL: <https://1prof.by/news/stil-zhizni/uslugi-promyshlennogo-turizma-okazyvayut-12-holdingovyh-struktur-minproma-kto-v-tope-po-populyarnosti/> (дата обращения: 11.09.2024).

132. ФандОК [Электронный ресурс]. — URL: <https://fandok.com/> (дата обращения: 14.08.2024).

133. Фотодокументы 60 лет БССР и КПБ [Изоматериал]: комплект фотографий // Нацыянальная бібліятэка Беларусі. — [Б. м. : б. и., 1978]. — 1 папка (31 отдельный л.).

134. Чисто пивоварня [Электронный ресурс]. — URL: <https://4isto.by/> (дата обращения: 23.09.2024).

135. Шагі стваральнай працы [Выяўленчы матэрыял]: Курсам паскарэння: 1987: календар [наскенны перакідны] / аўтар тэксту Л. С. Анікееў. — Мінск : Полымя, 1986. — 11 л.

136. Шаталов, Г. Туристический сувенир: Россия вдохновляет / Г. Шаталов. — Киров: Издательский дом «Маури», 2024 — 400 с.

137. Экскурсія на завод: Метад. схема / Бел. акад. навук, масавы сектар і ЦБ краязнаўства. — Мн., 1931. — 8 с.

138. Ювелирный завод Зорка [Электронный ресурс]. — URL: <https://zorka-gold.by/> (дата обращения: 06.07.2024).

139. BMW Welt and BMW Museum in Munich [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.bmw-welt.com/en/index.html>. — Date of access: 08.09.2024.

140. Boeing [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.boeing.com/company/tours>. — Date of access: 08.09.2024.
141. Cadbury World [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.cadburyworld.co.uk/>. — Date of access: 08.09.2024.
142. Casa Fiat [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.pinacoteca-agnelli.it/en/casa-fiat/>. — Date of access: 08.09.2024.
143. Discover industrial tourism in Panevėžys / Public Institution Panevėžys Development Agency [Electronic resource]. — Mode of access: — 03.08.2024.
144. European Route of Industrial Heritage [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.erih.net/>. — Date of access: 23.09.2024.
145. Harley-Davidson Motor Company [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.harley-davidson.com/us/en/index.html>. — Date of access: 10.09.2024.
146. ISO 13810:2022 Tourism and related services — Visits to industrial, natural, cultural and historical sites — Requirements and recommendations [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:13810:ed-2:v1:en>. — Date of access: 12.06.2024.
147. Jack Daniel's [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.jackdaniels.com/>. — Date of access: 09.09.2024.
148. Made In Torino. Tour The Excellent [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.turismotorino.org/en/made-torino-tour-excellent-special-groups>. — Date of access: 08.09.2024.
149. National Museum of Industrial History [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.nmih.org/>. — Date of access: 10.09.2024.
150. Saugus Iron Works [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.nps.gov/sair/index.htm>. — Date of access: 09.09.2024.
151. Stumbras Museum [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.stumbras.lt/en/museum/>. — Date of access: 04.09.2024.
152. Zhang, J., Zhuo, L., Sun, H., Wang, Y., Wei, H., Xu, S., Aoki, N. Construction of the Chinese Route of Industrial Heritage Based on Spatial and Temporal Distribution Analysis // Buildings 2024. — 14, 1065. [Electronic resource]. — Mode of access: <https://doi.org/10.3390/buildings14041065>. — Date of access: 04.09.2024.

**Список предприятий Республики Беларусь, которые проводят²²³
производственные экскурсии на коммерческой основе
или сотрудничают с субъектами туристической деятельности,
а также развивают (или планируют развивать в ближайшей
перспективе) промышленный туризм, опыт которых
анализируется в настоящем исследовании**

Брестская область

1. СООО «ПП Полесье»
2. РУПП «Гранит»
3. ОАО «Жабинковский сахарный завод»
4. КПУП «Брестский мусороперерабатывающий завод»
5. ФХ «Снэйлсэко» (ферма улиток «ПилипУли»)

Витебская область

6. ОАО «Витебские ковры»
7. ООО «Двинский бровар»
8. Производственное унитарное предприятие «Полоцкие напитки и концентраты»
9. ОАО «Верхнедвинский маслосырзавод»
10. ОАО «Полоцк-Стекловолокно»
11. РУПТП «Оршанский льнокомбинат»

Гомельская область

12. ОАО «Гомсельмаш»
13. ОАО «Гомельское ПО «Кристалл» — управляющая компания холдинга «КРИСТАЛЛ-ХОЛДИНГ»
14. СП ОАО «Спартак»
15. РУП «Гомельская фабрика художественных изделий «Любна»
16. ЧП «Чисто Ресторан» («Чисто пивоварня»).
17. ОАО «Мозырьпиво»
18. ОАО «Речицкий метизный завод»
19. ОАО «Красный Мозырянин»
20. ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат»

²²³Некоторые из указанных предприятий на момент проведения исследования временно не осуществляли экскурсионную деятельность.

21. ОАО «Туровский молочный комбинат»
22. ЗАО «Добрушский фарфоровый завод»
23. РУП «Производственное объединение «Белоруснефть»

Гродненская область

24. ОАО «Красносельскстройматериалы»
25. ОАО «Гронитекс»
26. ОАО «Молочный Мир»
27. ОАО «Торфобрикетный завод ДИТВА»
28. ОАО «Лидахлебопродукт»
29. ОАО «Лидапищеконцентраты»
30. ОАО «Стеклозавод «Неман»
31. ОАО «Лидское пиво»
32. РУП «Белорусская атомная электростанция»
33. Частное торгово-производственное унитарное предприятие «Ратов»
34. ОАО «Гродненский стеклозавод» филиал «Елизово»

г. Минск

35. ОАО «Минский часовой завод»
36. ОАО «Минский завод игристых вин»
37. ОАО «МТЗ»
38. РУП «Издательство «Белорусский Дом печати»
39. ОАО «Минский автомобильный завод»
40. ОАО «Пивоваренная компания Аливария»
41. ОАО «Минский завод колесных тягачей»
42. ЗАО «АТЛАНТ»
43. ОАО «Кондитерская фабрика Слодыч»
44. Государственное предприятие «Минсктранс»
45. Государственное предприятие «Минский метрополитен»
46. ОАО «Минский маргариновый завод»
47. СОАО «Коммунарка»
48. ОАО «Управляющая компания холдинга Белкоммунмаш»
49. КУП «Минскхлебпром» (хлебозавод № 5 и хлебозавод № 6)

Минская область

50. ОАО «БЕЛАЗ»
51. ООО «Ювелирный завод «Зорка»
52. ОАО «Белхудожкерамика»
53. ОАО «Слуцкий сахарорафинадный комбинат»

- 54. РУП «Слуцкие пояса»
- 55. ОАО «Слуцкий уксусный завод»
- 56. ООО «Козеферма ДАК»
- 57. КФХ «Юницкого»
- 58. ООО «Наша пивоварня» (Robim Good Brewery)
- 59. ООО «ГрандМилк»
- 60. ООО «Винокурня Нарочь»
- 61. УП «Иловское»
- 62. ОАО «Озерицкий-Агро»
- 63. ОАО «Борисовский завод «Автогидроусилитель»
- 64. Филиал «Ресурсный центр ЭкоТехноПарк — Волма» учреждения образования «Республиканский институт профессионального образования»

Могилевская область

- 65. ОАО «Белшина»
- 66. ОАО «Красный пищевик»
- 67. ОАО «Булочно-кондитерская компания «Домочай»
- 68. ОАО «Компания «МогНат»
- 69. ОАО «Могилевлифтмаш»
- 70. ОАО «Бабушкина крынка»
- 71. ОАО «ФанДОК»
- 72. ОАО «Могилевская фабрика мороженого»

**Предприятия Республики Беларусь, рекомендуемые для развития
промышленного туризма на коммерческой основе**

Название	Местонахождение	Характеристика
СООО «Малиновщицкий спиртоводочный завод — «Аквадив»	Минская обл., Молодечненский р-н, Лебедевский с/с, д. Малиновщина, ул. Центральная, 22	Предприятие полного цикла по производству спирта и ликеро-водочных изделий. Объекты историко-культурного наследия усадьбы Свентожецких. Перспективно проведение экскурсий по производству и территории, а также дегустации.
РУП «Толочинский консервный завод»	Витебская обл., Толочинский р-н, аггородок Озерцы, ул. Школьная, 16а	Производитель плодовых и фруктово-ягодных вин; крахмала картофельного; соков и нектаров; промышленное садоводство и др. Перспективно проведение экскурсий по производству, саду и дегустаций.
ОАО «Машпищепрод»	Минская обл., Пуховичский р-н, г. Марына Горка, ул. Чапаева, 15	Производитель картофелепродуктов и пр. (чипсы, снеки, кукурузные палочки, продукция быстрого приготовления). Перспективно проведение экскурсий по производству и дегустаций.
СЗАО «БЕЛДЖИ»	Минская обл., Борисовский р-н, Пересадский с/с, Р-53, 35-й км, 2	Производитель легковых автомобилей. Перспективно проведение экскурсий по производству.
ОАО «Борисовдрев»	г. Борисов, Минская обл., ул. 30 лет ВЛКСМ, 18	Одно из старейших белорусских деревообрабатывающих предприятий, единственный производитель спичек в Беларуси. Перспективно проведение экскурсий по производству.
ОАО «Брестский чулочный комбинат»	г. Брест, ул. Я. Купалы, 3	Производитель чулочно-носочных изделий и бельевого трикотажа. Перспективно проведение экскурсий по производству.
УП «Гефест-Техника»	г. Брест, ул. Суворова, 21	Производитель кухонной бытовой техники — газовых, газозлектрических, электрических плит и др. Перспективно проведение экскурсий по производству.

Название	Местонахождение	Характеристика
ОАО «558 Авиационный ремонтный завод»	г. Барановичи ул. 50 лет ВЛКСМ, 7	Ремонт и модернизации авиационной техники, производство деталей и компонентов для авиационной техники. Перспективно проведение экскурсий по производству.
ОАО «Галантэя»	г. Минск, ул. К. Цеткин, 18	Производитель кожгалантерейных изделий. Перспективно проведение экскурсий по производству.
КПУП «Кондитерская фабрика «Витьба»	г. Витебск, ул. Короткевича, 3	Производитель кондитерских изделий и сухих завтраков. Перспективно проведение экскурсий по производству и территории, а также дегустации.
ОАО «Керамин»	г. Минск, ул. Серова, 22	Производитель керамической плитки, керамического гранита, санитарной керамики и керамического кирпича. Перспективно проведение экскурсий по производству.
ОАО «Полесские журавины»	Брестская обл., г. Пинск, ул. Пушкина, 5; Брестская обл., Пинский р-н, д. Селище, ул. Центральная, 2а	Выращивание ягоды клюквы крупноплодной, голубики высокорослой, смородины и пр. Возможный сезонный характер. Дегустация. Посещение Пинской клюквенной плантации.
КУП «Минская овощная фабрика»	Минская обл., Минский р-н, п/о Тростенец	Выращивание овощей защищенного грунта (томаты, огурцы, баклажаны, перцы и др.), зерновых и зернобобовых культур, овощей открытого грунта (ранняя и поздняя капуста, свекла, морковь, лук, чеснок, кабачки), лекарственного сырья. Посещение теплиц, цеха по переработке лекарственных растений и производству чайных напитков. Дегустация.

Архивные фотографии промышленных объектов Беларуси²²⁴



Важнейшие восстановленные и возводимые объекты новой сталинской пятилетки 1946–1950

²²⁴Фотографии №1-5 взяты из: Пяцігадовы план Беларускай ССР 1946–1950 [Выяўлены матэрыялы]: [камплект рэпрадукцый] / адказны рэдактар Сосін Л. М. — Мінск : Дзяржплан Савета Міністраў БССР, 1947. — 1 папка (47 асобных л. з нумерацыяй, 3 асобных л. без нумерацыі). Фотографии № 6–17 взяты из: Прадпрыемствы БССР [Изоматериал]: [Комплект фот.] // Нацыянальная бібліятэка Беларусі. — Б.м. : Б.в., Б.г. —



ВАЖНЕЙШЫЯ АДНОЎЛЕННЫЯ І БУДУЕМЫЯ АБ'ЕКТЫ НОВАЙ СТАЛІНСКАЙ ПЯЦІГОДКІ



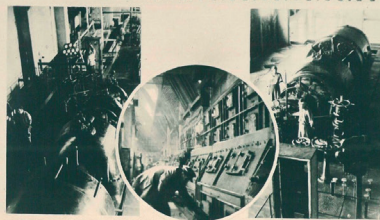
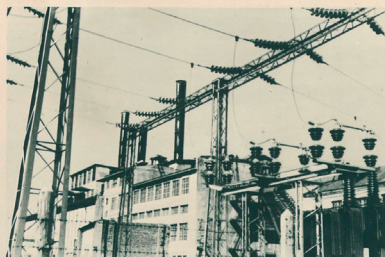
8

Важнейшие восстановленные и возводимые объекты
новой сталинской пятилетки 1946–1950

1 папка (17 асобл.). Фотографии №18-23 взяты из: Фотодокументы 60 лет БССР и КПБ [Изоматериал]: комплект фотографий // Нацыянальная бібліятэка Беларусі. — [Б. м. : б. и., 1978]. — 1 папка (31 отдельный л.); Фотографии №24-27 взяты из: Шагі стваральнай працы [Выяўлены матэрыял]: Курсам паскарэння: 1987: календар [насценны перакідны] / аўтар тэксту Л. С. Анікееў. — Мінск : Полымя, 1986. — 11 л.



**АДНОЎЛЕНА І ПРАЦУЕ
БЕЛДРЭС ІМЯ СТАЛІНА,
ЯКАЯ АБСЛУГОЎВАЕ
ПРАМЫСЛОВЫЯ ЦЭНТРЫ:
ВІЦЕБСК, ОРШУ, МАГІЛЕЎ.**



12

БелГРЭС имени Сталина 1946–1950



УВЕДЗЕНЫ Ё ДЗЕЯННЕ ЗАВОДЫ МЯСЦОВАЙ ПРАМЫСЛОВАСЦІ.



ТРУБАЛІЦЕЙНЫ ЗАВОД (Магілёў)



ЗАВОД імя ЧКАЛАВА (Мінск)

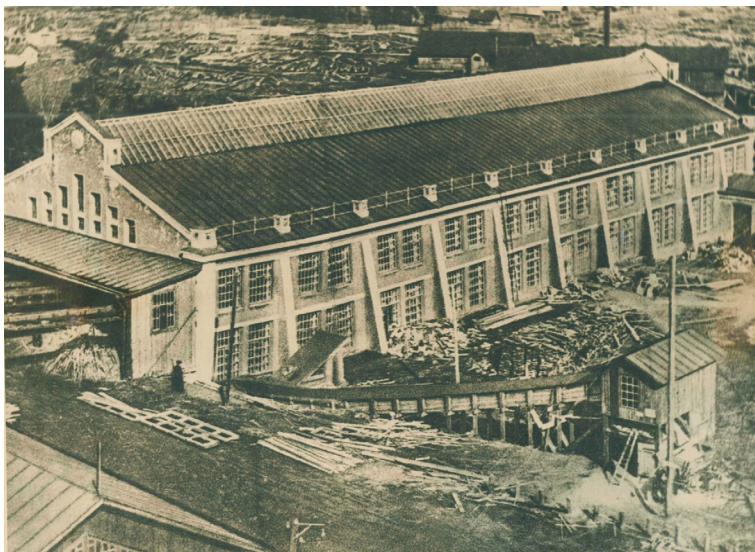


**УЖО ПРАЦУЮЦЬ
БУЙНЕЙШЫЯ ПРАДПРЫЕМСТВЫ ЛЁГКАЙ
І ТЭКСТЫЛЬнай ПРАМЫСЛОВАСЦІ.**



25

Крупнейшие предприятия легкой
и текстильной промышленности 1946–1950



Деревообрабатывающий комбинат в Бобруйске



Труболитейный завод в Могилеве



Бумажная фабрика в Добруше в 1948 г.



Обойная фабрика К.М. Конторовича в Минске



Пошивочный цех шейной фабрики «Коминтерн» в Гомеле



Кожевенный завод «Большевик» в Минске



Борисовская фабрика пианино



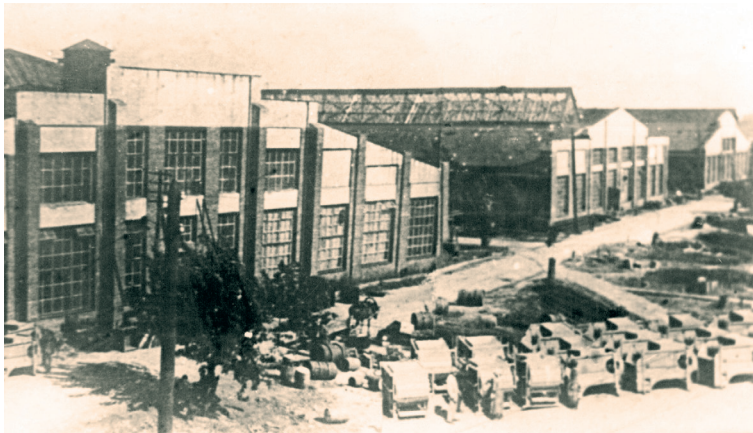
Восстановленный и реконструированный завод «Энергия» в Минске



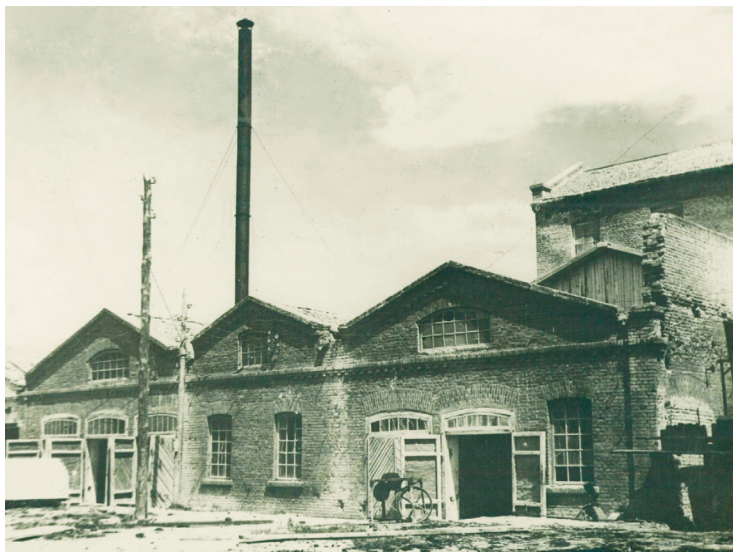
Цех льнопрядильной фабрики «Двина» в Витебске



Завод сельскохозяйственных машин в Лиде в 1948 г.



Гомсельмаш



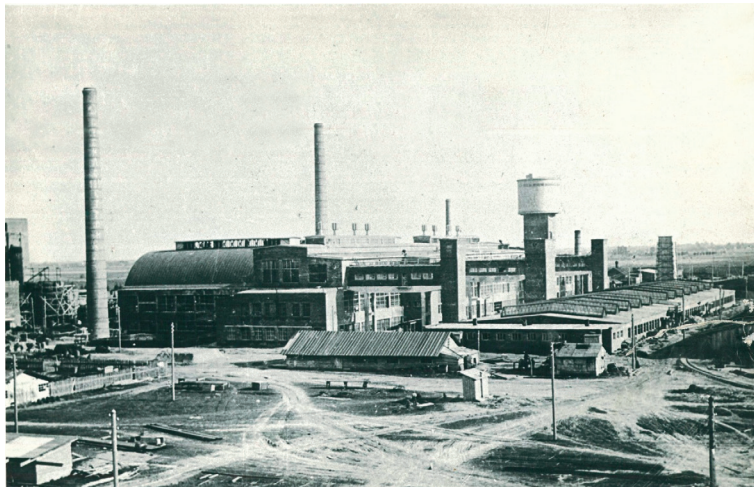
Силикатный завод в Климовичах



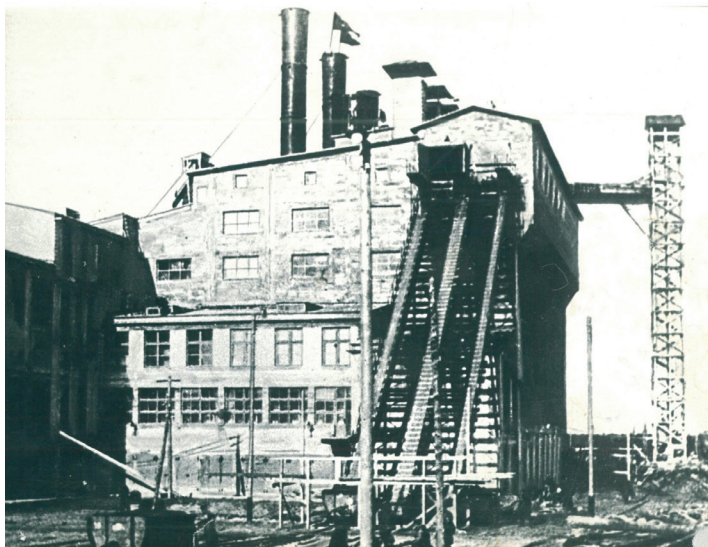
Самосвал БелАЗ, собранный к 50-летию БССР и КПБ



В цеху



Гомельский стекольный завод в 1933 г.



Главный корпус Осиновской электростанции в 1930 г.



Выпуск юбилейного 10-миллионного трактора «Беларус» на МТЗ в 1977 г.



Общий вид головной технологической установки
Мозырского нефтеперерабатывающего завода в 1975 г.



Белорусский металлургический завод в Жлобине



Автоматизированная система управления
производственного объединения МТЗ



Карьерный самосвал БелАЗ в Жодино, 1986 г.



Минский завод автоматических линий.
Общий вид гибкой производственной системы модели ЛМ 700



Первая экскурсия на Минском тракторном заводе
20 февраля 1953 г.²²⁵

²²⁵Фото из фондов Белорусского государственного архива кинофотофонодокументов взято из официального аккаунта МТЗ в Instagram: <https://www.instagram.com/p/Cdvl-QLNnAk/?igsh=dDE0dzMxNnJkcXE5>.

Производственно-практическое издание

СКВОРЧЕВСКИЙ Дмитрий Вячеславович

**ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ:
АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Ответственный за выпуск *Т.А. Фалалеева*
Верстка *С.А. Шуляк*

Подписано в печать 19.03.2025.
Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 19,53. Уч.-изд. л. 19,26. Тираж 100 экз. Заказ 214.

Издатель и полиграфическое исполнение:
Государственное предприятие «СтройМедиаПроект».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий:
№ 1/43 от 03.10.2013, № 2/42 от 13.02.2014.
Ул. В. Хоружей, 13/61, 220123, г. Минск.