

Туристическими организациями Беларуси могут быть применены следующие технологии и решения: блокчейн для управления транзакциями и бронированиями, искусственный интеллект для прогнозирования и анализа поведения туристов, виртуальная и дополненная реальность (VR/AR) для предварительного ознакомления с турпродуктами, системы интеллектуального управления туристической инфраструктурой, мобильные приложения с поддержкой искусственного интеллекта и машинного обучения, геймификация туристического опыта.

Эти инновационные инструменты, будучи внедрены в деятельность туристических организаций Беларуси, могут стать катализатором ее роста в условиях цифровизации, создавая уникальные конкурентные преимущества и привлекая туристов со всего мира.

К. Н. Сонич,  
канд. соц. наук,  
БГЭУ (г. Минск)  
e-mail: k.sonich@gmail.com

## **ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ КАК СТРАТЕГИЯ СОЗДАНИЯ УНИКАЛЬНОГО БРЕНДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Традиционно каждый месяц в нашей стране посвящен одному из тринадцати видов туризма, определенных Министерством спорта и туризма Республики Беларусь. В марте 2025 года основное внимание уделено промышленному туризму, который является одним из набирающих популярность.

Промышленный туризм – туристическое путешествие в целях участия в производственных экскурсиях, а также деятельность по организации этого туристического путешествия. Ознакомление с историей предприятий, производимой продукцией, производством. Проведение выставочных и экскурсионных мероприятий (экскурсий) для потенциальных и активных деловых партнеров на передовые действующие производства [1].

Промышленный туризм в Беларуси имеет несколько преимуществ. Во-первых, предлагает уникальный опыт, позволяя туристам ознакомиться с работой предприятий, технологическими процессами и историей промышленности. Во-вторых, в стране представлено разнообразие направлений, включая экскурсии по различным отраслям, от пищевой до отрасли высоких технологий, что удовлетворяет интересы широкого круга посетителей. В-третьих, такие экскурсии служат отличной образовательной базой для школьников и студентов, помогая им сориентироваться в будущем профессиональном поле. Кроме того, развитие промышленного туризма способствует привлечению инвестиций, созданию рабочих мест и популяризации белорусских брендов.

История промышленного туризма в Беларуси началась со стеклозавода «Неман» в 1980-х годах, в настоящее время более 130 предприятий предлагают услуги промышленного туризма, отвечая на запросы современных туристов, желающих сочетать осмотр достопримечательностей с посещением индустриальных объектов.

Объекты промышленного туризма в Беларуси можно объединить в следующие группы:

- *индустриальные гиганты* (ОАО «БЕЛАЗ» – управляющая компания холдинга «БЕЛАЗХОЛДИНГ»; ОАО «Минский автомобильный завод», ОАО «Минский тракторный завод», РУПП «Гранит» и др.);
- *производственные предприятия различного профиля* (ОАО Стеклозавод «Неман», ООО «Ювелирный завод ZORKA», ОАО «Пивоваренная компания «Аливария» и др.);
- *молочные бренды* (ОАО «Молочный Мир», ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Туровский молочный комбинат» и др.);
- *кондитерские фабрики, хлебозаводы, пекарни* (ОАО Кондитерская фабрика «Коммунарка», ОАО «Красный пищевик» и др.);

– фабрики сувениров, игрушек (ОАО «Белхудожкерамика», СООО «ПП Полесье», Слуцкая фабрика художественных изделий и др.).

Отметим, что по данным «Белорусского института стратегических исследований», предприятия Министерства промышленности Республики Беларусь в 2023 году посетили 93,5 тыс. туристов. Лидерами в сфере промышленного туризма по итогам 2023 г. стали холдинги: БЕЛАЗ – 51,5 тыс. туристов (темп роста к 2022 году 158%), МТЗ – 19,2 тыс. туристов (115%), а также МАЗ – 6886 туристов (129%) [2].

Промышленный туризм предлагает не только увлекательные экскурсии, но и возможность посмотреть на разнообразные профессии, вызывая чувство гордости за предприятие. Он помогает понять логику и стратегию производств, а также выявить тенденции в сфере промышленности. В свою очередь, для государства и предприятий это уникальная возможность взаимодействия с гражданами разных возрастов, ориентированная на патриотическое воспитание. Демонстрация достижений промышленности вдохновляет молодое поколение верить в свои силы, опираясь на опыт и достижения предыдущих поколений. Для Республики Беларусь как индустриально развитого государства, промышленный туризм имеет особое значение, так как открывает возможности для демонстрации высоких национальных достижений.

#### **Список использованных источников**

1. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О введении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]: pravo.by. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22340307>. – Дата доступа: 11.03.2025]

2. Промышленный туризм в Беларуси как бренд и стратегия [Электронный ресурс]: socio.bisr.by. – Режим доступа: <https://socio.bisr.by/promyshlennyj-turizm-v-belarusi-kak-brend-i-strategija/>. – Дата доступа: 11.03.2025]

О. В. Толкач,  
магистр экономики и управления, ассистент,  
БГЭУ (г. Минск)  
e-mail: [tolivan@yandex.ru](mailto:tolivan@yandex.ru)

#### **ЧАТ-БОТ КАК ИНСТРУМЕНТ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА**

Чат-бот – это компьютерная программа, работающая внутри приложения, которая имитирует человеческое общение (текст и речь) и используется для выполнения функций клиентской поддержки, взаимодействия с запросами, поиском информации с максимальной скоростью. По результатам исследования, проведенного аналитиками KPMG еще в 2018 году, чат-боты занимали вторую строчку среди самых популярных инструментов цифровизации у российских компаний.

Следует отметить, что технология чат-ботов существует уже достаточно давно. Самый первый в мире чат-бот был создан в 1966 году. С тех пор технология существенно эволюционировала, а внедрение искусственного интеллекта и разработка чат-ботов с открытым исходным кодом привели к быстрым улучшениям и, как следствие, к широкому внедрению. Согласно прогнозам объем мирового рынка чат-ботов к 2032 году достигнет 42 млрд долл. США.

В последние годы появляется все больше чат-ботов для туристов, а данную технологию активно внедряют в свою деятельность организации индустрии туризма и гостеприимства как маркетинговый инструмент, способный решить многочисленные бизнес-задачи.