

Список цитированных источников

1. Райков, А. Н. Ловушки для искусственного интеллекта // Экономические стратегии. 2016.
2. Мифы цифровой трансформации: БИТ 06.2018 - Журнал БИТ.
3. Инновационный уровень развития сектора информационно-коммуникационных технологий в Республике Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/bv/articles/10441.pdf> – Дата доступа: 02.10.2017.
4. III Белорусский ИКТ Саммит. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://tibo.by/ru/osnovnye-meropriyatiya-foruma/> – Дата доступа: 01.04.2019.
5. Беларусь в Индекс развития информационно-коммуникационных технологий // ГУ «БелИСА» на основе данных Measuring the Information Society Report 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ICT BY.pdf
6. Forbes. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/finansy>
7. S&P 500 (SPX)/ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/-indices/us-spx-500> – Дата доступа: 01.05.2019.

УДК 338.48

Демко А. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Бунько С. А.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В БРЕСТСКОМ РЕГИОНЕ

В современных условиях туризм рассматривается в качестве приоритетного направления развития практически во всех странах, поскольку позволяет обеспечить увеличение создаваемой добавленной стоимости, создание новых рабочих мест и повышение уровня жизни населения без истощения природных ресурсов. Кроме того, развитие туризма может стать источником развития других отраслей хозяйства: строительства, торговли, промышленности, связи и т. д. Несмотря на то, что ежегодно растет емкость туристического рынка, увеличивается и уровень конкуренции на данном рынке, который стимулирует страны и регионы выходить за рамки традиционных видов туризма и расширять предложение на рынке за счёт диверсификации туристского продукта.

В последнее время одним из направлений развития туристической деятельности в странах Западной Европы стала организация экскурсий на различные производства, которое получило название «промышленный туризм».

Первенство по развитию промышленного туризма уже многие годы принадлежит таким странам, как США, Германия, Франция, Голландия, Англия. К примеру, Завод BMW в Германии ежегодно посещают 250 тысяч туристов ежегодно, шоколадную фабрику Cadbury в Англии посещают до 400 тысяч туристов в год [1].

В Беларуси развитие индустрии гостеприимства также заявляется приоритетным направлением национального развития в Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 гг. Это, безусловно, находит отражение и в документах регионального развития. Так, Программой развития Брестской области на 2016–2020 годы предусмотрено развитие наиболее перспективных видов туризма, таких как культурно-познавательный, оздоровительный, медицинский, транзитный, экологический, деловой, спортивный, приключенческий, событийный, военно-патриотический. Как мы видим, про-

мышленный туризм не входит в число заявленных приоритетных видов развития туризма.

Целью данной статьи является изучение сущности и видов промышленного туризма, определение сдерживающих факторов и перспектив его развития в Беларуси и Брестском регионе.

Прежде всего, уточним понятие промышленного туризма, так как в публикациях по этой тематике ещё не сформирована его общепринятая трактовка. Разнообразию существующих трактовок представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Разнообразие определений промышленного туризма

Определение промышленного туризма	Автор
Организованное посещение действующих промышленных предприятий и организаций в целях удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей населения	В.М. Кицис [5]
Совокупность трехсторонних взаимоотношений, возникающих в процессе взаимодействия объектов промышленного туризма с потребителями туристского продукта и органами государственной или муниципальной власти для удовлетворения в зависимости от цели посещения	А.П. Гарнов [6]
Посещение эксплуатирующихся промышленных объектов	С.М. Холл [7]
Туристическое направление, позволяющее выявить особенности производства продукции в рамках организации промышленных экскурсий	Е.Н. Никулина [8]

Источник: собственная разработка

Для уточнения данного понятия нами изучен практический опыт промышленного туризма, на основе которого выделены следующие его виды:

- пассивный, который основан на наблюдении объектов промышленной архитектуры туристами и созерцанием индустриальных пейзажей со стороны;
- экскурсионно-познавательный, представляющий собой посещение действующих объектов в составе экскурсионной группы;
- коммерческий, реализуемый посредством организации специальных туров для бизнесменов с целью показать будущие выгодные вложения своих средств в новое производство [2, 3].

Проведенные исследования позволяют предложить уточнённую трактовку промышленного туризма, под которым мы будем понимать организованное групповое или индивидуальное посещение производственных организаций, которое позволяет ознакомиться с существующей или когда-то существовавшей деятельностью предприятий, технологиями и процессами производства, направленное на удовлетворение познавательных, профессиональных, деловых, научных, образовательных и иных интересов, а также на продвижение бренда посещаемого предприятия и повышение туристической привлекательности региона.

В Беларуси в настоящее время не так много предприятий, предлагающих экскурсии на производство. Даже те предприятия, которые организуют экскурсии, не могут приблизиться по количеству туристов к приведённым выше цифрам предприятий Европы. Экскурсии предлагают такие предприятия, как кондитерская фабрика «Коммунарка», фабрика «Слуцкие пояса», стеклозавод «Неман», Минский тракторный завод и другие.

Значительное отставание развития промышленного туризма в Беларуси, по нашему мнению, вызвано следующим:

- непониманием выгод для предприятия;
- нежеланием отвлекать персонал для проведения экскурсии от основной работы;
- нежеланием вводить дополнительные штатные единицы специалистов по проведению промышленных экскурсий;
- трудностями при получении разрешения на проведение экскурсий ввиду санитарно-гигиенических условий;
- отсутствием опыта проведения экскурсий.

В настоящее время в Брестской области и самом г. Бресте предлагаются экскурсии всего на 12 предприятий. Среди них «588 Авиационный ремонтный завод» (г. Барановичи), РУПП «Гранит» (г. Микашевичи), ПЧУП «Виктория» (г. Лунинец). В Бресте к посещению предлагаются ОАО «Брестское пиво», ОАО «Савушкин продукт». Все эти компании организуют экскурсии только по предварительной записи, организованными группами или вовсе по каким-либо значимым событиям, например, день рождения компании. Прийти и познакомиться с технологиями производства продукции туристу, который в г. Бресте проездом или находится небольшое количество времени, будет очень нелегко. Председатель Брестского городского исполнительного комитета Александр Рогачук в одном из своих выступлений отметил, что наша задача – удержать туриста, который едет в Европу не на один день, а на 2 дня. Нам нужно искать новые исторические маркеры, новые легенды, которые позволят туристам увидеть в Брест не только лишь в контексте крепости, а увидеть что-то в тысячелетней истории [4].

На наш взгляд, свой вклад в решение данной задачи – удержать туристов на большой срок – может внести и промышленный туризм.

Учитывая выгодное географическое положение г. Бреста, а также наличие разнообразных действующих и недействующих предприятий, руководителям региона и самих предприятий стоит развивать услуги по проведению экскурсий в рамках промышленного туризма. Нам представляется перспективной организация экскурсий на производства Брестской области, такие как, на ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Брестское пиво», ОАО «Брестский чулочный комбинат», СООО «ПП Полесье», Малоритский консервно-овощесушильный комбинат и другие.

Таким образом, изучение зарубежного опыта показало, что промышленный туризм является перспективным видом туризма, который в результате преодоления причин отставания его развития в Беларуси, может принести выгоду:

- во-первых, региону: дополнительные поступления в бюджет, повышение туристической привлекательности, улучшение имиджа региона, увеличение количества рабочих мест, содействие более осознанному выбору школьниками будущей профессии;
- во-вторых, предприятиям: привлечение инвестиций, увеличение объемов продаж, получение дополнительной прибыли, формирование положительного имиджа, реклама производства, привлечение потенциальных работников;
- в-третьих, потребителям: возможность убедиться в безопасности производимого продукта, знакомство с технологиями производства, возможность приобрести продукцию, тестирование продукции, возможность поучаствовать в процессе изготовления продукции.

Список цитированных источников

1. Промышленный туризм – перспективы развития в Беларуси [Электронный ресурс] // Нефтехимия. – Режим доступа: <https://belchemoil.by/news/obshhestvo/kulturnye-meropriyatiya/promyshlennyj-turizm-kak-prodvizhenie-brenda>. – Дата доступа: 23.05.2019.
2. Особенности производственного туризма в Беларуси [Электронный ресурс] // Туристическая библиотека. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/pt-belarus.htm. – Дата доступа: 17.05.2019.
3. Промышленный туризм [Электронный ресурс] // Все о туризме. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/prom_tourism.htm. – Дата доступа: 17.05.2019.
4. Почему в Брест не едут польские туристы? [Электронный ресурс] // Онлайн-Брест. – Режим доступа: https://onlinebrest.by/novosti/pochemy-v-brest-ne-edyt-polskie-turisti_5562.html. – Дата доступа: 30.05.2019.
5. Кицис, В.М. Формы и виды использования предприятий пищевой промышленности в туризме / В.М. Кицис, А.И. Кусерова // International conference on social science, arts, business and education: materials of the I international research and practice conference, December, 22th, 2016, Vienna, Austria: Scientific public organization “Professional science”, 2016. – P. 293–306.
6. Гарнов, А.П. Актуальность системного формирования промышленного туризма / А.П. Гарнов, О.В. Краснобаева // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2012. – № 2. – С. 60–63.
7. Hall, С.М. The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste / С.М. Hall and others // Food tourism around the world: Development, management and markets. Oxford: Butterworth Heinemann. – 2003. P. 1–24.
8. Никулина, Е.Н. Исследование востребованности и перспектив развития промышленного туризма в регионе: взгляд предприятий // Креативная экономика. – 2017. – №8 – С. 875–972.

УДК 657.1

Демко И. Д.

Научный руководитель: доцент Сенокосова О. В.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ КАК ПЛАТЕЖНОЕ СРЕДСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Популярность электронных денег во всем мире растёт с каждым днём. Причина этому – удобство использования электронного кошелька и денег в электронном виде. Юридические лица могут использовать в своей деятельности такой инструмент расчетов при ведении электронного бизнеса, т. е. создании интернет-магазина. Физические лица используют данные деньги для оплаты товаров, работ, услуг.

Электронные деньги хранятся в электронном кошельке – устройстве, которое содержит такие деньги и обеспечивает доступ к ним. Электронным кошельком может быть пластиковая карточка, программное обеспечение компьютера или иное устройство.

По рисунку 1 видно, что электронные деньги получили широкое распространение на территории Республики Беларусь, и в определенный момент выпуск такой валюты достигал высоких темпов. Однако в 2015 г. спрос на электронные деньги резко упал после вступления в силу Декрета №6 – данный документ ввел обязательную идентификацию владельцев электронных