

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования «Барановичский государственный университет»  
Студенческое научное общество БарГУ

# **СОДРУЖЕСТВО НАУК. БАРАНОВИЧИ-2016**

Материалы XII Международной  
научно-практической конференции  
молодых исследователей

(Барановичи, 19—20 мая 2016 года)

В трёх частях

Часть 2

Барановичи  
БарГУ  
2016

В части 2 сборника материалов XII Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Содружество наук. Барановичи-2016» представлены результаты исследований в области физики и математики, а также рассмотрены актуальные проблемы в области информационных систем и технологий в образовании, науке и технике. Особое внимание уделено современным тенденциям в технологиях и материалах машиностроительного и сельскохозяйственного производств, а также экономическим аспектам развития предприятия, региона.

Сборник адресован научным работникам, аспирантам, магистрантам и студентам инженерных и экономических специальностей учреждений высшего образования.

Редакционная коллегия:

А. В. Никишова (гл. ред.), Ю. Е. Горбач, В. Н. Кременевская (отв. секретари), Е. Н. Кирюхова,  
О. И. Наранович, А. К. Гавриленя, М. В. Нерода, В. Н. Познякевич, Г. Я. Житкевич

Рецензент

кандидат технических наук, заведующий лабораторией механофизики гетерогенных систем  
Государственного научного учреждения «Физико-технический институт  
Национальной академии наук» А. М. Милюкова

---

*Научное издание*

СОДРУЖЕСТВО НАУК.  
БАРАНОВИЧИ-2016

Материалы XII Международной  
научно-практической конференции  
молодых исследователей

(Барановичи, 19—20 мая 2016 года)

*На русском, белорусском, английском языках*

В трёх частях

Часть 2

Ответственный за выпуск Е. Г. Хохол  
Технический редактор А. Ю. Сидоренко  
Компьютерная вёрстка С. М. Глушак  
Корректор Н. Н. Колодко

Подписано в печать 04.10.2016. Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>. Бумага ксероксная.

Отпечатано на копировально-множительной технике. Усл. печ. л. 28,00. Уч.-изд. л. 25,10. Тираж 9 экз. Заказ 681.

Учреждение образования «Барановичский государственный университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя № 1/424 от 09.09.2016.  
Ул. Войкова, 21, 225404 г. Барановичи. Тел. 8 (0163) 45 46 28, e-mail: rio@barsu.by .

## Список цитируемых источников

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие. М. : Феникс, 2009. 400 с.
2. Горбылева З. М. Экономика туризма : учеб. пособие. Минск : БГЭУ, 2011. 294 с.
3. Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://economic-enc.net> (дата обращения: 12.03.2016).

УДК 338.482

**В. Н. Кременевская**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи*

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ «ЗЕЛЁНОЕ КОЛЬЦО БАРАНОВИЧЕЙ»**

**Введение.** Агротуризм является одним из видов предпринимательской деятельности в Республике Беларусь, которая может оказать значительное влияние на устойчивое региональное развитие страны. Агротуризм является основой для взаимодействия и эффективного использования природного и человеческого потенциала Беларуси. Активная предпринимательская деятельность в сфере агротуризма способна решить ряд проблем плавного и сбалансированного развития региона.

**Основная часть.** Барановичский р-он обладает привлекательными природными ресурсами, что даёт толчок развитию агротуризма на данной территории. В целях развития туризма в Барановичском р-не была разработана стратегия развития туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» в рамках проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», реализуемого Программой развития ООН [1, с. 3].

Основная цель функционирования туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» — формирование конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и внешнем туристическом рынке на основе кооперации предприятий первичных и вторичных туристических услуг, органов государственного управления, финансовых учреждений и учреждений образования.

Основные задачи анализа функционирования туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» можно определить по четырём основным направлениям: 1) создание и совершенствование системы управления и информирования в дестинации, 2) обеспечение притока дополнительных инвестиций в дестинацию, 3) увеличение количества рассредоточенных малых коллективных средств размещения в дестинации, 4) обоснование и разработка программы развития дестинации.

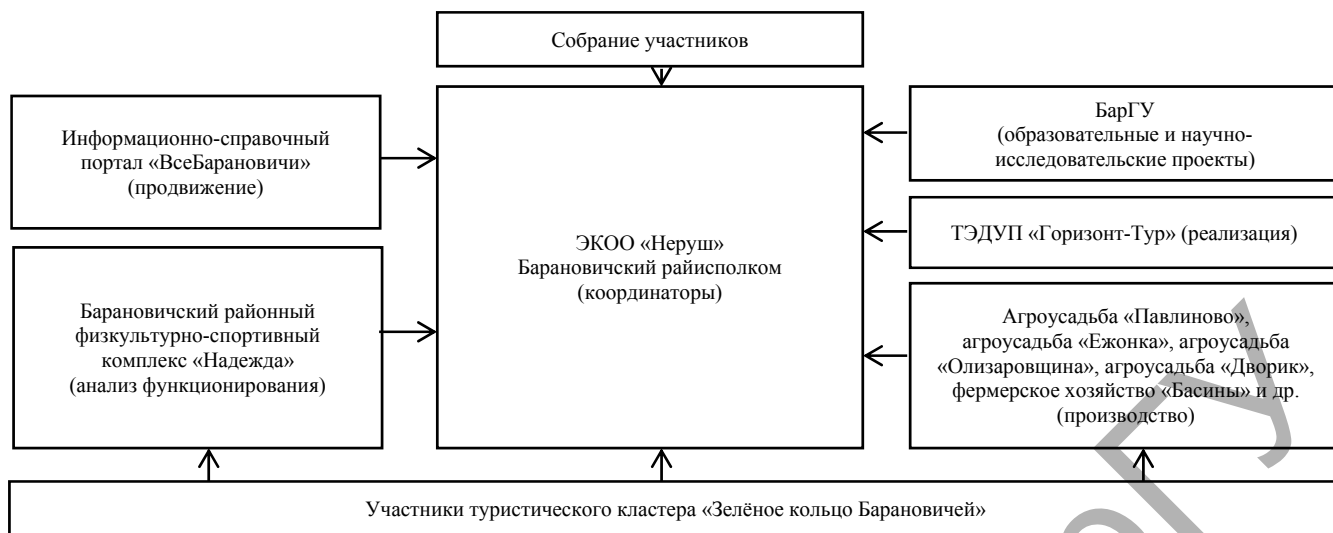
Был проведён анализ внутренней и внешней среды туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей». Внутренняя среда включает несколько срезов: кадровый, организационный, производственный, маркетинговый и финансовый.

Кадровый срез. В создании и функционировании туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» активное участие принимают: представитель руководства Барановичского райисполкома; представитель отдела образования, спорта и туризма Барановичского райисполкома; представитель горисполкома, представитель БарГУ, представитель ТЭДУП «Горизонт-Тур», представитель учреждения «Барановичский районный физкультурно-спортивный комплекс «Надежда», представитель информационно-справочного портала «ВсеБарановичи», представитель агроусадьбы «Павлиново», представитель агроусадьбы «Ежонка», представитель агроусадьбы «Олизаровщина», представитель агроусадьбы «Дворик», представитель фермерского хозяйства «Басины», представитель ЭКОО «Неруш» и др. Функционирование туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» базируется на добровольном и согласованном взаимодействии всех его субъектов.

Организационный срез. Представим организационную структуру туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» (рисунок 1).

В настоящий момент координатором функционирования туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» выступает ЭКОО «Неруш». Однако деятельность этой организации, как всякой общественной структуры, зависит от наличия финансирования проектов и не может обеспечить стабильный процесс управления кластером. Инициативная группа высказала идею создания общественного совета по развитию агротуризма при Барановичском райисполкоме. Необходимо отметить, что в туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» насчитывается достаточное количество участников для её нормального функционирования, однако дестинация обладает огромным потенциалом для расширения.

Производственный срез. В рамках рабочих встреч были определены основные виды туристических предложений, формирующих региональный продукт. Основными направлениями развития туризма в туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» являются: познавательный туризм; познавательно-рекреационный, познавательно-ностальгический, семейный, водный и рыболовный. В целом Барановичский р-н имеет сравнительно развитый комплекс особо охраняемых природных территорий. Основными особенностями природно-экологического потенциала дестинации, определяющими характер стратегии развития туризма, являются: необходимость



Примечание. Источник: собственная разработка.

Рисунок 1 — Организационная структура туристической дестинации

активизации агроэкотуристической деятельности в границах заказника «Стронга» с учётом возможностей рыболовных промыслов, чистоты водотоков, обилия родников и т. п.; перспектива развития водно-туристического движения по р. Щара, Мышанка и их притоках; необходимость развития туристической интерактивной инфраструктуры.

Маркетинговый срез. В социальной сети созданы группы «Зелёное кольцо Барановичей»: [http://vk.com/green\\_ring\\_baranovichy](http://vk.com/green_ring_baranovichy); <https://www.facebook.com/groups/1449653748612204/>.

Барановичский р-н принимал участие в весенней Международной ярмарке туристических услуг «Отдых-2014» в рамках проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие». Также в целях презентации туристических возможностей района были разработаны буклеты «Агроусадьбы Барановичского района», «Лыжероллерная трасса». Маркетинговые мероприятия ежегодно финансируются за счёт выделенных средств из местного бюджета, внебюджетных средств отдела образования, спорта и туризма райисполкома, спонсорских средств, проектов международного сотрудничества.

Финансовый срез. Финансирование создания и развития туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» проходит в рамках проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», а также осуществляется частное финансирование. Отражим экспорт туристических услуг Барановичского р-на (таблица 1).

Анализ внешней среды туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» включает в себя анализ конкурентов, потребителей, анализ рынка и рыночного окружения.

Анализ конкурентов. Деятельность туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» в первую очередь направлена на въездной и внутренний туризм, соответственно, основными конкурентами дестинации являются туристические предприятия, развивающие данные направления туризма. В рамках проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие» в Брестской и Гродненской обл. создано 17 кластеров. Брестская обл.: Беловежский тракт, Долина реки Ясельда, Мотальскі шлях, Мухавэцка кумора, Пинское Полесье, Полесская Амазония; Гродненская обл.: Зелёный оберег Гродно, Зельвенскі дыяруш, Земля Мицкевича, Край пушанских чудес и тайнств, Мирское графство, Наследие Гедымина, По следам древних шахтёров, Северные Афины, Северный вектор Гродненщины, Щучинская дестинация.

Проанализируем основные преимущества дестинаций-конкурентов (таблица 2).

Выделить наиболее крупных конкурентов дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» практически невозможно, так как все они обладают своими специфическими конкурентными преимуществами.

Анализ потребителей. По итогам анализа посетителей Барановичского р-на было выделено пять основных сегментов: семейный отдых на природе, познавательный туризм, событийный туризм, туристы из Польши и дальнего зарубежья, охотничий и рыболовный туризм. Наиболее перспективным является сегмент семейного туризма

Т а б л и ц а 1 — Экспорт туристических услуг Барановичского р-на

Экспорт туристических услуг, тыс. дол. США			Увеличение/уменьшение (+/-) объёмов (тыс. дол. США)	2014 г. в % к 2013 г.	2015 г. (план) в % к 2014 г.
2013 г.	2014 г.	2015 г. (план)			
0	4,6	7,9	+4,6	—	171,7%

Примечание. Источник: собственная разработка на основе данных Барановичского райисполкома.

граждан Республики Беларусь, сегмент туристов из Польши и стран дальнего зарубежья. Следует активно развивать событийный туризм, который направлен на внутреннего туриста и позволит сформировать благоприятный туристический имидж дестинации.

Анализ рынка. Качественный анализ рынка туристических услуг Барановичского р-на позволяет быстро найти свободные рыночные ниши, выбрать наиболее привлекательный целевой рынок, лучше понять потребителя туристических услуг. Основная часть субъектов хозяйствования, оказывающих туристические услуги на территории района, такие как база отдыха «Лесное озеро», санаторий «Чаборок», гостевой дом «Павлиново». На основе водохранилища Гать, прилегающего лесного массива и р. Щара сформирована старейшая в стране зона отдыха республиканского значения «Лесная». Это одна из двенадцати в Беларуси зон отдыха данного ранга, располагает перспективной вместимостью 12 тыс. чел. Но в реальности рекреационно-туристический потенциал задействован здесь в гораздо меньших масштабах. Другие базы отдыха предприятий Барановичей имеют юридический адрес города или не имеют отдельного баланса. А суммарная стоимость по конкретному виду услуги, предоставленной нерезидентам, не всегда достигает 1 000 дол. США за отчётный месяц.

Анализ рыночного окружения. В рамках функционирования кластера «Зелёное кольцо Барановичей» могут возникнуть следующие виды рисков: административные, экономические, финансовые, экологические, правовые.

По итогам анализа была составлена таблица SWOT-анализа туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» с выявленными сильными и слабыми сторонами, возможностями и угрозами (рисунок 2).

Т а б л и ц а 2 — Преимущества конкурентов

Конкуренты	Опасность
Беловежский тракт, Зелёный оберег Гродно, Зельвенскі дыяруш	Высокий уровень обслуживания, расширение ассортимента оказываемых услуг, большой состав партнёров, чётко продуманная рекламная кампания, агрессивная конкурентная борьба, наличие сайта
Долина реки Ясельда, Мухавэцка кумора, Пинское Полесье, Наследие Гедымина, По следам древних шахтёров	Большой состав партнёров, большой ассортимент оказываемых услуг, удобное месторасположение, наибольшее количество средств размещения
Мотальскі шлях, Земля Мицкевича, Край пуцанских чудес и таинств	Большой опыт работы на туристическом рынке, наработанная клиентская база, удобное месторасположение, своеобразие местной культуры и традиций, наличие большого количества памятников истории и культуры
Полесская Амазония, Мирское графство, Северные Афины, Северный вектор Гродненщины, Щучинская дестинация	Гарантия качества, широкий ассортимент оказываемых услуг, наличие развитой инфраструктуры

*Примечание.* Источник: собственная разработка.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Выгодное географическое положение.</li> <li>– Большое количество памятников истории и культуры.</li> <li>– Высокое качество услуг.</li> <li>– Квалифицированный персонал в сфере туризма.</li> <li>– Установление долгосрочных связей с клиентами.</li> <li>– Ориентация на потребителя, его запросы и пожелания.</li> <li>– Использование современных средств связи.</li> <li>– Ориентация на въездной и внутренний туризм.</li> <li>– Большое количество разработанных экскурсий, маршрутов и туров.</li> <li>– Наличие спонсорских средств, проектов международного сотрудничества</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Существенная зависимость от рынка потребителей.</li> <li>– Недостаточная рекламная политика.</li> <li>– Отсутствие чёткой стратегии развития.</li> <li>– Слабые каналы сбыта.</li> <li>– Отсутствие медиапланирования и единой стратегии продвижения.</li> <li>– Отсутствие опытного специалиста по маркетингу и рекламе.</li> <li>– Отсутствие веб-страницы в Интернете.</li> <li>– Неразвитая инфраструктура (недостаток средств размещения).</li> <li>– Низкая покупательная способность населения</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обслуживание дополнительных групп потребителей, выход на новый рынок, расширение продуктовой линии.</li> <li>– Диверсификация услуг, вертикальная интеграция.</li> <li>– Участие в международных туристических конкурсах.</li> <li>– Использование исторических, национальных, культурных традиций при разработке турпродукта.</li> <li>– Реализация различных инструментов продвижения продукта.</li> <li>– Расширение участников кластера.</li> <li>– Создание управляющего органа</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Вхождение на рынок сильного конкурента.</li> <li>– Снижение темпов роста рынка.</li> <li>– Неблагоприятные изменения в темпах роста курса валют.</li> <li>– Спад в экономике.</li> <li>– Неблагоприятная демографическая ситуация.</li> <li>– Рост числа неорганизованных рекреантов-туристов.</li> <li>– Изменение законодательства в сфере агроэкотуризма.</li> <li>– Отрицательные изменения в окружающей среде</li> </ul>

*Примечание.* Источник: собственная разработка.

Рисунок 2 — SWOT-анализ кластера «Зелёное кольцо Барановичей»

SWOT-анализ туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» позволил выявить представленные на рынке возможности и оценить способности их применения. Помимо этого были выявлены угрозы, которые способны подорвать позиции туристической дестинации. Сильные и слабые стороны рассматривались с позиции внешнего окружения, что составило реальную основу для принятия решения о распределении ресурсов и помогло извлечь максимум пользы из имеющихся возможностей.

Проведённый SWOT-анализ позволил более обоснованно подойти к вопросам разработки стратегии в целях достижения конкурентных преимуществ, учитывающих конкурентный статус туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» и особенности его рыночного окружения.

Необходимо отметить, что в данной дестинации практически полностью не выполняется ряд функций: оперативное и стратегическое маркетинговое планирование, сбор и анализ внутренней и внешней маркетинговой информации, финансовое планирование.

Исходя из проведённого SWOT-анализа, можно сформировать стратегию развития туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» по трём основным направлениям:

1) поддерживать имидж туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» как дестинации с хорошим сервисом и сложившейся солидной репутацией на рынке туристических услуг. Для этого необходимо уделять большое внимание общей концепции рекламной деятельности;

2) наибольшее влияние уделять человеческому фактору во всех сферах деятельности туристической дестинации, дальнейшей разработке и совершенствованию программ мотивации участников;

3) инвестировать в модернизацию систем технологического оборудования, использовать возможности информационных технологий.

**Заключение.** Данная туристическая дестинация является конкурентоспособной на республиканском рынке туристических услуг, имеет свои особенности и дальнейший потенциал развития. В результате SWOT-анализа туристической дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» были выявлены сильные и слабые стороны, а также определены возможности и угрозы; сформированы основные направления стратегии развития туристической дестинации, которые включают совершенствование маркетинговой деятельности, оказание должного внимания человеческому фактору, а также определение приоритетных направлений инвестирования.

#### Список цитируемых источников

1. Стратегия развития экотуризма дестинации «Зелёное кольцо Барановичей» / под общ. ред. А. И. Тарасенка. Брест, 2014. 48 с.

УДК 338.48

А. В. Кулик

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи*

### МОЛОДЁЖНЫЙ ТУРИЗМ: СУЩНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Введение.** Здоровая, образованная молодёжь является основным ресурсом развитого государства. В Республике Беларусь вопросу воспитания молодёжи уделяется большое внимание. Государственная молодёжная политика в республике является составной частью государственной политики в области социально-экономического, культурного и национального развития страны и представляет собой целостную систему мер правового, организационно-управленческого, финансово-экономического, научного, информационного, кадрового характера, направленных на создание необходимых условий для выбора молодыми гражданами в возрасте от 14 до 31 года своего жизненного пути, развития потенциала для их самореализации и ответственного активного участия в создании сильной и процветающей Беларуси. Именно развитие молодёжного туризма является одним из эффективных методов воспитания, образования современной молодёжи.

**Основная часть.** Перспективным направлением развития сферы отдыха является молодёжный туризм. Для его тщательного формирования и планирования необходимы такие социальные качества молодёжи, как активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристических услугах, восприимчивость к новым идеям, романтизм, непритязательность. Высокая туристская активность объясняется также стремлением молодых людей к общению и познанию. Им свойственно ощущение радости жизни. Немаловажным является и наличие свободного времени (например, каникулы).

Туризм — это панацея от многих бед современности. Если молодой человек выбирает туризм, значит, он говорит «нет» наркотикам, алкоголю, пассивному образу жизни. Другой аспект туризма — туристический бизнес. Туризм захватывает весь мир. Во многих странах туризм стал ведущей отраслью экономики. В Беларуси с её богатейшими природными и культурно-историческими ресурсами есть, что показать, и нам надо готовить специалистов туристического бизнеса.