

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 ¹/₈. 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 .

«Мягкие» параметры характеризуют эстетические свойства товара (дизайн, цвет, упаковку и т. д.). В настоящее время, когда рынок заполнен разнообразными товарами, в том числе со схожими «жесткими» параметрами, возрастает значение «мягких» параметров, придающих товарам особую привлекательность.

Заключение. В результате оценки конкурентоспособности продукции могут быть приняты следующие пути её повышения: изменение состава, структуры применяемых материалов (сырья, полуфабрикатов), комплектующих изделий или конструкции продукции; изменение технологии изготовления продукции; изменение цен на продукцию, цен на услуги, по обслуживанию и ремонту, цен на запасные части; изменение структуры и размера инвестиции в разработку, производство и сбыт продукции; стимулирование сбыта продукции [6].

В современных условиях конкуренция и конкурентная борьба на внутреннем и зарубежном рынках являются ключевыми категориями рыночной экономики и главным содержанием функционирования отечественных предприятий.

Одной из основных задач в деятельности производителя является управление разработкой и предложением потребителям товаров, которые удовлетворяют их потребности. Однако на рынке предложение товаров с аналогичными функциями осуществляется, как правило, несколькими производителями. Любое предприятие заинтересовано, чтобы его товары наилучшим образом удовлетворяли потребности клиентов, т. е. являлись конкурентоспособными. Поэтому одной из важнейших задач предприятия является управление конкурентоспособностью товара.

Список цитируемых источников

1. Завьялов П. С. Конкурентоспособность и маркетинг // Рос. экон. журн. 2005. № 12. 58 с.
2. Кураков Л. П., Кураков В. Л. Большой толковый словарь экономических и юридических терминов. М. : Вуз и шк., 2001. 720 с.
3. Понятие конкурентоспособности товара [Электронный ресурс]. URL: <http://finvuz.ru/referat/menedzhment/doklad-ponyatie-konkurentosposobnosti-tovara.html> (дата обращения: 11.02.2016).
4. Региональная экономическая безопасность [Электронный ресурс]. URL: http://cinref.ru/razdel/00800economica_teorija/06/225000.htm (дата обращения: 11.02.2016).
5. Портер М. Конкуренция. М. : ИНФРА-М, 2002. 325 с.
6. Региональная экономическая безопасность [Электронный ресурс]. URL: http://cinref.ru/razdel/00800economica_teorija/06/225000.htm (дата обращения: 11.02.2016).

УДК 338.48

В. С. Кожич

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ПОНЯТИЕ И ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В МИРОВОМ МАСШТАБЕ

Введение. Серьёзной проблемой в развитии туризма в мировом масштабе является сезонность. Сезонность — важнейший фактор, определяющий интенсивность потоков туристов и связанные с ним колебания спроса на услуги туризма [1]. Причинами колебаний являются особенности товарного предложения, покупательского спроса, изменение затрат в зависимости от изменения климатических условий в разные временные промежутки.

Основная часть. Различные районы пребывания имеют специфические формы сезонной неравномерности спроса в отдельном районе, стране, в масштабах всей планеты. Каждое место назначения совершенно по-разному заполняются туристами в течение года.

На сезонность в мировом масштабе влияют первичные и вторичные факторы. К первичным факторам сезонных колебаний относятся факторы, формирующиеся под воздействием природно-климатических условий. Природно-географические условия определяют выбор туриста для посещения того или иного региона. Ко вторичным факторам относятся:

– экономические (структура потребления товаров и услуг, формирование платёжеспособности спроса и предложения, темпы инфляции и дефляции, уровень занятости трудовых ресурсов, производительность труда). Каждый вид экономических факторов может иметь негативные последствия для одних предприятий либо позитивные для других;

– демографические (численность населения, половой, возрастной, профессиональный, этнический и религиозный состав);

– социальные (наличие свободного времени). Большая часть школьных каникул приходится на летнее время, поэтому родители стремятся подобрать к ним свой отпуск и отдохнуть вместе. В некоторых европейских странах происходит остановка предприятий на профилактический ремонт в июле—августе;

– психологические (традиции, мода, вкусы);

– материально-технические создают необходимые условия для предоставления туристам полного комплекса услуг (размещение, питание, транспорт, экскурсионное обслуживание) [2, с. 46].

Месяц	Болгария	Словения	Франция	Черногория
Январь	Горнолыжный сезон	Горнолыжный сезон	—	—
Февраль	Горнолыжный сезон	Горнолыжный сезон	—	—
Март	Горнолыжный сезон	—	—	—
Апрель	—	—	Экскурсионный сезон	Экскурсионный сезон
Май	—	—	Экскурсионный сезон	Экскурсионный сезон
Июнь	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Пляжный сезон
Июль	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Пляжный сезон
Август	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Пляжный сезон
Сентябрь	Пляжный сезон	Пляжный сезон	Экскурсионный сезон	Пляжный сезон
Октябрь	—	—	Экскурсионный сезон	Экскурсионный сезон
Ноябрь	—	—	Экскурсионный сезон	—
Декабрь	Горнолыжный сезон	Горнолыжный сезон	—	—

В каких бы формах не проявлялась сезонность, её действие отрицательно сказывается на результатах деятельности туристического предприятия и отрасли в целом. Сезонность туризма ведёт к сезонному характеру занятости работников туристской индустрии, что имеет свои положительные и отрицательные стороны.

С одной стороны, туризм порождает неравномерное распределение рабочего времени (сверхурочные в туристический сезон и недостаточная загруженность рабочих в межсезонье) и, как следствие, значительный удельный вес не полностью занятых работников и текучесть кадров. С другой стороны, сезонность туризма стимулирует многопрофильный характер рабочих мест, когда один и тот же работник выполняет разные функции в зависимости от сезонных особенностей. Кроме того, сезонная работа выгодна для многих категорий населения как источник дополнительного дохода.

В процессе реализации туристических услуг часто возникает необходимость в моделировании сезонности как экономического явления для оценки существующих процессов колебаний в отрасли. В условиях постоянно меняющихся сезонов изменяется и интенсивность динамики на туристическом предприятии. Это может выражаться в постоянных спадах и подъёмах следующих показателей деятельности предприятий: производительность труда, себестоимость туристского продукта, прибыль, объём выпускаемой продукции [3, с. 117].

Сезонные колебания туристского спроса оказывают негативное влияние на национальную экономику. Они приводят к вынужденным простоям материально-технической базы. В пик сезона могут возникнуть трудности с транспортом, размещением, организацией питания, экскурсий для многочисленных туристов. К негативным последствиям сезонности относится то, что в течение года основная масса мест в гостинице остаётся невостребованной.

Уровень сезонности не во всех странах мира одинаков. В странах, где годовые колебания температур невелики, сезонность туризма проявляется меньше. Так, круглогодичный туристический сезон имеют Египет, Тунис, Марокко, ОАЭ, Израиль. Фактор сезонности нельзя устранить совсем, его можно только сгладить.

Рассмотрим влияние сезонности на примере таких стран, как Болгария, Словения, Франция, Черногория (таблица 1).

Наблюдается влияние на сезонную неравномерность спроса за счёт роста или снижения продаж туристского продукта в различное время года. Для сглаживания сезонной неравномерности необходимы следующие мероприятия: проведение политики дифференциации цен (повышение цены в разгар сезона, умеренные цены в межсезонье, пониженные в период низкого сезона); развитие делового, конгрессного туризма; проведение акций, розыгрышей на период с октября по декабрь, в период наименьшего потока туристов; развитие гастрономических туров, шоп-туров и туров выходного дня.

Данные мероприятия позволят привлечь новых клиентов в несезонное время, увеличат годовую выручку, повысят степень производительности труда, рентабельность предприятия.

Заключение. Для туристического рынка и связанной с ним туристской индустрии характерны значительные сезонные колебания спроса. Сезонность создаёт значительные трудности в индустрии туризма, снижая рентабельность туристических предприятий, эффективность использования основных фондов, ухудшая обслуживание туристов, особенно в разгар туристского сезона, и вызывая текучесть кадров вследствие недогрузки предприятий туризма в межсезонный период.

Сезонность в туризме усложняет развитие туристического хозяйства, обостряя противоречия между эластичным спросом на туристские услуги и сравнительно стабильным туристским предложением, тем самым вызывая проблемы в обслуживании туристов.

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