

Було встановлено, що у періоди найбільш інтенсивної торгівлі з 8 до 9, з 11 до 13 та з 16 до 18 год., тобто у критичних точках (точках біфуркації), коли людина як система стає нестійкою, коли найменші флуктації або випадкові обставини (наприклад, нервозність, поспішність покупців через запізнення на роботу чи навчання), кардинально змінювались подальші дії продавця. У такі періоди продавець *A* швидко самоорганізувалась, оперативно впорядковувала внутрішні та зовнішні фактори, перебудовувалась у використанні засобів праці (уміння користуватись ножами, електронною технікою, вагою, терміналом тощо), а також через уміння «бачити», «чути» покупця оперативно задовольняла його потреби у продукції. Тому її цільова функція набувала максимального чи близького до максимального значення (практично ніхто з покупців не залишав черги та не шукав продуктів в інших магазинах). Продавець *B* не могла швидко самоорганізуватись, тобто перебудувати свою роботу так, щоб покупці не відчули значної затримки в їх обслуговуванні у таких критичних періодах і її цільова функція практично не наближалась до максимального значення. На її зміні частина покупців шукала альтернативний магазин.

У результаті досліджень одна з причин цих відмінностей аргументувалась відмінностями у типах характеру. Було виявлено, що у продавця *A* відкрита доброзичливість з ознаками змішаного холеричного та сангвістичного типу характеру, збалансованість емоційної, організаційної та комунікаційної якостей, а у продавця *B* ознаки, які в основному притаманні флегматичному типу. Встановлено також і те, що продавець *A* довгий час працювала у сфері культури, а продавець *B* – бухгалтером.

Усе це вимагало реакції з боку менеджера: треба було оцінити та співвиміряти реальне та можливе і при цьому залишитись на висоті самому, не зруйнувати себе і, разом з тим, не дати «впасти» підлеглому, зберегти його. Це особливий стиль життя і мислення, який професор І. В. Ершова-Бобенко назвала альфалогічним і психосинергетичним [4].

У результаті продавця *B* було переведено у магазин з більш рівномірним розподілом покупців і з меншою насиченістю, до 180-200 покупців за робочий день. А на її місце було призначено досвідченого продавця, назвемо її *B*, з подібною до продавця *A* самоорганізацією. І ситуація щодо виторгу змінилась водночас. Виторг нового продавця *B* став аналогічним до виторгів продавця *A*.

За допомогою критеріїв Пірсона та Колмогорова, було математично обґрунтовано, що виторги продавців *A*, *B* і *B* мають нормальний розподіл. Також перевірено гіпотези та встановлено що математичне сподівання  $M(A) > M(B)$ , тоді як  $M(A) = M(B)$ . Застосування критерію Манна – Уїтні статистично підтвердило те, що між величинами виторгів продавців *A* і *B* є суттєва відмінність, а виторги продавців *A* та *B* практично не відрізняються. Це свідчить про те, що позитивний економічний ефект одержано за рахунок синергії внутрішніх та зовнішніх характерних якостей продавців.

#### Список літератури

1. Князева Е. Н. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – СПб.: Алетей, 2002. – 414 с.
2. Чайка Г. Л. Синергизм в управлінні / Г. Л. Чайка. – К.: Знання, 2011. – 70 с.
3. Кемпбелл Э. Стратегический синергизм, 2-е изд. / Э. Кемпбелл, К. Саммерс Лачс. – СПб.: Питер, 2004. – 416 с. – (Серия «Теория и практика менеджмента»).
4. Ершова-Бабенко И. В. Психосинергетические стратегии человеческой деятельности. (концептуальная модель). Монография / И. В. Ершова-Бабенко. В.: NOVA KNYHA, 2005. – 360 с.

УДК 338.467

**Будурян Т. А.**

м. э. н., старший преподаватель кафедры менеджмента,  
Брестский государственный технический университет,

**Филиппова Т. В.**

м. э. н., ассистент кафедры менеджмента,  
Брестский государственный технический университет

### ГОСТИНИЧНЫЙ БИЗНЕС В СФЕРЕ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Наиболее важным фактором современной фазы развития современного общества является развитие и преобладание в структуре производства и занятости сектора услуг.

Темпы развития этого сектора в Республике Беларусь весьма динамичны. В рыночной экономике огромную роль играет сфера услуг, особенно в экономически развитых странах. В настоящее время в США в сфере услуг занято около 73 % рабочей силы, в Германии – 41 %. В Италии – 35 %, в России – 23 %. Гостиничный бизнес во многих странах является важным источником занятости и поступлений валюты. Весьма очевидно, что в сфере гостиничных услуг Республики Беларусь еще не раскрыла свой потенциал полностью. Поэтому не вызывает сомнения, что сегодня развитие гостиничного хозяйства приобретает особое значение, особенно в свете важных взаимодополняющих связей со смежными отраслями, такими как туризм, пищевая, автомобильная промышленность, строительство и др.

Современный гостиничный комплекс – это сложное хозяйственное предприятие, выполняющее разнообразные производственные, хозяйственные, управленческие функции. Серьезные, эволюционные перемены произошли не только в принципах и способах управления гостиничными комплексами, но и в самих услугах, предоставляемых гостиничными комплексами – они стали высокотехнологичными и полностью ориентированы на потребителя.

В условиях развития экономических отношений между странами, прогрессирующей интеграции стран в мировые бизнес-процессы, стирания государственных границ, расширения торговых, финансовых и культурных связей имеет место рост международного потока туристов.

Известно, что гостиничный бизнес тесно связан с туристским бизнесом. Эволюция туристской отрасли Республики Беларусь за последние десять лет демонстрирует изменения, выдвигая на первый план вопросы конкурентоспособности национальных туристских продуктов, связанных, в первую очередь, с созданием наиболее благоприятных условий приема и размещения туристов. В этом вопросе первостепенная роль принадлежит предприятиям отрасли гостеприимства. Министерство спорта и туризма прогнозирует рост туризма. В год республику будут посещать около семи миллионов туристов. Учитывая этот факт – модернизация ранка гостиничных услуг – это необходимый шаг.

По данным Всемирной туристической организации (Worlds Travel Council, WTTC), вклад туризма в ВВП Беларуси составляет около 2 % в год. В частности, в 2016 г. он составил 1,4 млрд. BYN (-1,9 % к уровню 2015 г.), а к 2026 г по прогнозу вырастет до 2,089 млрд. BYN. Объем гостиничных инвестиций в 2016 г. в Беларуси достиг 44,2 млн. USD [1].

Уже сегодня туризм является третьей по доходности отраслью мировой экономики. По прогнозу Всемирной туристской организации, странами-лидерами выездного туризма в 2020 году будут являться Германия, Япония, США, Китай, Великобритания, Франция, Нидерланды, Канада, Россия, Италия.

Статистика позволяет видеть, что основа белорусского туризма – это внутренний туризм, на долю которого приходится 58 % путешествий (для сравнения: в 2015 г – 45 %), выездной туризм оттягивает на себя 29 % путешественников (в 2015 г. – 40 %), а вот въездной туризм снизился в прошлом году до 13 % с 15 % в 2015 г. Число приехавших иностранцев в Беларусь в 2016 г. снизилось и около 6 млн. человек. При этом российские гости – это 79 % всех туристов, польские – 4 %, литовские – 3 %. Основной поток организованных гостей приходится на Минск (52,4 %), среди регионов по приему туристов лидируют Витебская (19,5 %) и Брестская (14,4 %) области.

Основные виды внутреннего туризма – оздоровительный, экскурсионный, агроэкотуризм показали прирост на 20 % к уровню 2015 г., до 1,002 млн. человек. Хорошо развиваются деловое, религиозное и военно-историческое направления. По некоторым оценкам, Беларусь входит в тройку государств с самыми дешевыми медицинскими услугами. Объем белорусского рынка медицинских услуг оценивается в 1,6 млрд. EUR, он вырос за последние два года на 14,9 %.

Импульс деловому туризму придало снижение барьера безвизового въезда. В Беларуси наблюдается непрерывный рост числа объектов размещения, в прошлом году их насчитывалось уже до 3331. По данным статистики, выручка от размещения туристов в гостиницах увеличилась на 15,6 %. Всего в 2016 г. были размещены свыше 3,3 млн. туристов (+ 300 тыс. к уровню 2015 г.). При этом гостиницы приняли 50 % всех

туристов, санатории и другие оздоровительные организации – еще 22 %, частные апартаменты – 19 %, агроусадьбы – 9 %. Во всех средствах размещения основная часть туристов – это граждане РБ (исключение – Минск). В частности, в Брестской области их доля – 51,5 %, в Витебской – 64,9 %, Гомельской – 72,6 %, Гродненской – 66,2 %, Минской – 72,8 %, Могилевской – 75,5 %, в Минске – 26,5 % [2].

В структуре гостиничного рынка преобладают гостиницы частной формы собственности (51 %), доля государственной собственности – 46 %, иностранной – 3 %. Наибольшее количество сертифицированных гостиниц находится в Минске (3 – пятизвездочные, 4 – четырехзвездочные, 14 – трехзвездочные). Всего в 2016 г насчитывалось 54 сертифицированные гостиницы.

Поскольку в мире загрузка считается только по номерам, то специалисты «Projekt Hotel Belarus», провели пересчет официальной статистики. Средняя загрузка гостиниц снизилась на 1 %, до 33 %.

Это говорит о том, что существует противоречия между спросом и предложением. При этом необходимо отметить не соответствие цены и качества предоставляемых услуг. Современное состояние дел в гостиничном хозяйстве не позволяет нам однозначно утверждать о его повсеместном благополучии [1].

По мнению автора, в условиях становления рыночных отношений планомерное и целенаправленное развитие туризма выступает фактором снижения социально-экономической напряженности в нашей стране. Развитие туризма – это создание новых и развитие существующих рабочих мест, рост жизненного уровня населения, активная генерация налогооблагаемой базы бюджетов всех уровней и увеличение совокупных доходов государства. Социальный эффект состоит в преодолении негативных демографических тенденций развития общества через создание предпосылок для поддержания физического и духовно-патриотического здоровья нации и реального воплощения конституционных прав и свобод граждан, в том числе права на отдых.

#### Список литературы

1. Гостиничная недвижимость. Аналитические материалы инвестиционной компании ЮНИТЕР / Инвестиционная компания ЮНИТЕР. – Минск, 2015 – 15 с.
2. Туризм и туристские ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2016 – 91 с.

УДК 339.5:327.2(477)

**Йожиков Н. С.**

здобувач ступеня магістр,  
Університет економіки та права «КРОК»

### **ТРАНСКОРДОННА ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ В РЕАЛІЗАЦІЇ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРІОРИТЕТІВ УКРАЇНИ**

Транскордонна торгівля сьогодні розглядається у двох площинах – як інструмент розвитку прикордонних територій та як чинник реалізації євроінтеграційних прагнень. Таким чином, вже за визначенням, транскордонна співпраця містить додатковий ресурсний потенціал стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів, надання йому рис сталості та орієнтації на підвищення якості життя населення [1].

Актуальною проблемою сьогодення вітчизняної економіки є залучення України до світогосподарських процесів. Мінлива зміна кон'юнктури на світових товарних ринках і, як наслідок, зміна відносин цін на продукцію, що імпортується та експортується потребують виваженої політики держави у питаннях розроблення і впровадження ефективних механізмів розвитку інфраструктури транскордонних товарних потоків [2]. Одним із таких механізмів може стати забезпечення інтенсивного руху транскордонних товарних потоків територією нашої країни через розбудову інфраструктурних об'єктів, зокрема міжнародних господарських логістичних комплексів.

Розвинена інфраструктура надає додаткового стимулу для транскордонної співпраці, можливості направити товарні потоки через мережу міжнародних транспортних коридорів.