

ют по целому ряду позиций, в том числе по молоку. Задача — сделать эти балансы обязательными для выполнения, а не просто декларативными документами. Если это будет достигнуто, то будет получен хороший инструмент для регулирования отношений на молочном рынке.

Беларусь провела достойную модернизацию на своих фермах и заводах и сейчас закупает сырое молоко в странах ЕС, чтобы загружать свои перерабатывающие мощности и поставлять готовые продукты в Россию.

Молочные производители Республики Беларусь выбрали подходящий момент для наращивания поставок в Российскую Федерацию. Кроме того, они нашли удачный способ увеличения объемов производства молочной продукции, перекупая относительно дешевое сухое молоко в странах Европейского союза, перерабатывая и поставляя на российский рынок. Российская сторона в свою очередь обвиняет белорусских производителей в нечестной ценовой политике, обосновывая это низкими ценами на молоко и молочную продукцию, несмотря на то, что заниженные цены являются следствием низкой стоимости сырья и небольшими затратами на производство, чего нет у российских производителей. Проблема беспочвенных обвинений может быть решена установлением взаимовыгодных условий работы на рынке как для белорусских, так и для российских производителей молочной продукции.

Список литературы

1. Беларусь и Россия подписали проект согласования балансов поставок продовольствия на 2015 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/belarus-i-rossija-podpisali-proekt-soglasovanija-balansov-postavok-prodovolstvija-na-2015-god-62053-2014>. — Дата доступа: 11.09.2015.

2. Беларусь в 2014 г. стала крупным импортером молока из ЕС [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.produkt.by/Analytics/print/1101>. — Дата доступа: 05.09.2015.

3. Министерство сельского хозяйства Беларуси повысило минимальные рекомендуемые экспортные цены на молочные продукты [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.embassybel.ru/news/13e096c623c6.html>. — Дата доступа: 08.09.2015.

Т.М. Мосензон

Научный руководитель — кандидат географических наук А.И. Тарасенок

ГЕОИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК МЕТОД ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОЛОЖЕНИЯ СТРАНЫ В ПОЛЯРИЗОВАННОМ ТУРИСТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Для проведения любых научных исследований необходим определенный инструментарий. При этом чем больше объем анализируемой информации, тем

труднее представить ее в обобщенном виде. Следовательно, вопрос изучения методов определения положения страны в поляризованном туристском пространстве будет весьма актуальным. Автором предлагается использовать картографические информационные системы, что позволит визуализировать большой объем информации и сделать его понятным для обычного пользователя.

В современном мире можно выделить две доминирующие тенденции: глобализация и информатизация. Развиваясь параллельно, они, с одной стороны, делают информацию более доступной, а с другой, требуют ее масштабного осмысления. Информационные технологии, сферы применения которых весьма разнообразны, дают необходимый инструментарий для обработки и анализа больших объемов информации. В индустрии туризма широко используются системы бронирования, электронные карты и навигаторы, QR-коды и сайты. Все эти инструменты позволяют быстро систематизировать информацию и получить моментальный доступ к интересующим сведениям.

По мнению автора, одной из сфер применения информационных технологий может стать использование картографических геоинформационных систем (далее — ГИС) при исследовании положения Республики Беларусь в поляризованном туристском пространстве.

Информационная система — это огромная база цифровых данных, преобразованных в цифровой формат.

ГИС — представляет собой детализованные слои данных, объединенных по географическому признаку и привязанных к определенной системе координат. С ее помощью можно найти практически любую точку земного шара, отследить движение практически любого объекта.

Существующие ГИС в туризме (виртуальные атласы, навигаторы и т.д.) направлены на повышение удобства для туристических фирм, а также для самих путешественников, но мало используются при проведении исследований. Тем не менее, это очень удобный способ визуализации цифровой информации. При виде большого объема числовых данных и попытках его анализа возникает ощущение неспособности его представления в доступном для понимания виде, что становится возможным при помощи ГИС.

Для этого необходимо создание ГИС, отражающей не географический, а «экономический рельеф» страны. Посмотрев на такую карту, можно с легкостью представить себе, какие страны, города, регионы развиваются эффективно, а какие нет, сравнить показатели различных стран и проанализировать слабые стороны исследуемого региона.

Для определения положения Республики Беларусь в поляризованном туристском пространстве предлагается использовать систему Пирожника и предложенные им следующие экономические показатели, которые в то же время могут стать основой при создании ГИС:

- 1) Прибытие иностранных туристов, тыс. чел.
- 2) Интенсивность прибытий интуристов:
- 2.1) количество человек на одну тысячу местного населения

- 2.2) количество человек на один квадратный километр территории
- 3) Доля прибытий (%) в мировых потоках
- 4) Поступления от международного туризма (млн долларов США)
- 5) Объем поступлений на одного жителя
- 6) Доходы от одного туриста (млн долларов США)
- 7) Расходы на международный туризм (млн долларов США)
- 8) Объем расходов на одного жителя
- 9) Сальдо туристского баланса
- 10) Число мест в гостиницах
- 11) Количество мест в гостиницах на один км² территории
- 12) Экономические функции международного туризма:
 - 12.1) Доля (%) в ВВП
 - 12.2) Доля (%) в стоимости экспорта
 - 12.3) Доля (%) объема сферы услуг

Отображение данной экономической информации на электронной карте позволит проанализировать степень развития туризма в стране, в том числе в сравнении с другими странами ближнего и дальнего зарубежья. На основе этих параметров станет проще прогнозировать тенденции в развитии отечественной туристической индустрии. Данная технология позволит решать большой спектр задач как на глобальном, так и на локальном уровнях. Перечисленные показатели должны представлять собой отдельные слои данных, наложение которых друг на друга позволит оценить положение страны в мире одновременно по различным параметрам. Задав определенные критерии поиска, можно легко найти необходимый объект и заниматься его изучением. Также при разработке данного инструмента, предназначенного для исследований в сфере туризма, станет возможным просмотр вариантов развития региона, устанавливая или снимая определенные ограничения.

Применение данной разработки позволит расширить возможности Министерства спорта и туризма, Департамента по туризму, местных органов власти и других учреждений в своей работе.

Сегодня карты городов и местностей быстро устаревают — ведется новое строительство, проектируются дороги. Картографические информационные системы позволяют отслеживать эти изменения и вносить их в базу данных практически молниеносно. Запущенная в виртуальную сеть, такая карта позволит всегда иметь под рукой актуальные данные.

ГИС-технологии — это не просто компьютерная база данных. Это огромные возможности для анализа, планирования и регулярного обновления информации. Они находят применение практически во всех сферах жизни, и это помогает действительно эффективно решать многие задачи.

Список литературы

Тарасенок, А.И. Новые подходы к структурированию туристского пространства: от рекреационных районов к геоэкономическим системам // Вестн. Бел. гос. ун-та. Сер.2, Химия. Биология. География. — 2010. — № 1. — С. 95–98.

Пирожник, И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве: уч. пособие. — Минск: Белгосуниверситет, 1996. — 46 с.

Александрова, А.Ю. Международный туризм: учебник — М.: Аспект Пресс, 2002 г. — 470 с.

Ткалич, Т.А. Экономическая эффективность информационных систем: теория и практические приложения / Т.А. Ткалич // Минск, «Экономика и право» — 2011. — 315 с.

А.Г. Новик, Т.Ф. Хмарук

Научный руководитель — кандидат сельскохозяйственных наук В.М. Бадина

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МИРОВОГО И ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКОВ МЯСА ПТИЦЫ

В статье проведен анализ одного из стремительно развивающихся сельскохозяйственных рынков — рынка мяса птицы и показаны основные перспективные направления его развития.

Мясо птицы является одной из наиболее торгуемых категорий мяса, на долю которого приходится около 45 % от общего объема торговли мясом. Популярность мяса птицы связана с его ценовой конкурентоспособностью и, по сравнению с другими видами мяса, широким признанием и адаптацией к национальной кухне.

На сегодняшний день в мире производится 314,7 млн тонн мяса в год, из которого лидирует свинина (117,2 млн тонн), на втором месте мясо птицы (110,2 млн тонн). По прогнозам ФАО, к 2023 г. мировое производство мяса птицы возрастет до 119,4 млн тонн [2].

Исследования показали, что в 2014 г. мировым лидером по производству мяса птицы были США (20 574 тыс. тонн), чья доля на мировом рынке составляла 18,7 %, второе место занимал Китай — 18 500 тыс. тонн (доля на мировом рынке — 16,8 %), третье место — Бразилия — 13 035 тыс. тонн (доля на мировом рынке — 11,8 %). Производство мяса птицы странами Европейского союза составило в 2014 году 13 232 тыс. тонн, т.е. 12,0 % мирового производства [1].

По прогнозам, мировое производство мяса к концу 2015 г. увеличится незначительно и достигнет 318,7 млн тонн, что на 1,3 %, или на 4 млн тонн больше, чем в 2014 г. Наибольший прирост ожидается в Китае, Соединенных Штатах, Евросоюзе и Бразилии, причем в основном за счет продукции птицеводства. Прогнозируется, что торговля мясом птицы будет расти умеренно и в 2015 г. вырастет на 2,6 %, до 13,1 млн тонн. Мясо птицы остается самым востребованным продуктом. Рост производства в странах-импортерах продолжает уменьшать их потребности в снабжении мясом птицы извне [5].

На рисунке 1 представлена мировая торговля мясом птицы за 2014 г. Из этих данных следует, что двумя основными странами—импортерами мяса птицы являются Китай (1795 тыс. тонн) и Япония (1089 тыс. тонн) [1].