

внимание формированию товарного запаса, стилистическому оформлению торговых объектов, зонированию, выкладке, освещению, звуковому сопровождению, аромаформированию, качеству POS- и рекламных материалов. Важен единый подход в оформлении всех торговых объектов фирменной розничной сети. Это способствует формированию и поддержанию быстро узнаваемого, оригинального и привлекательного образа компании, повышению ее престижа и репутации.

При осуществлении фирменной розничной торговли необходимо учитывать ее специфику и опираться на вышеперечисленные факторы конкурентоспособности, которые могут стать ориентиром в определении показателей, требующих улучшения на пути к завоеванию конкурентных преимуществ.

Список использованных источников

1 Жилина Е. В. Параметры оценки конкурентоспособности розничной торговой сети // Экономика, управление, финансы: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Пермь, февраль 2014 г.). — Пермь: Меркурий, 2014. — С. 44-48.

2 Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие / И.Л. Акулич, И.З. Герчиков – Минск.: «Мисанта», 2003. – 397 с.

3 Кох, Р. Стратегия. Как создавать и использовать эффективную стратегию. 2-е изд./Р.Кох – СПб.: Питер, 2003. – 320 с.

4 Зефирова, Ю.И. Битвы за лояльность / Ю.И.Зефирова// Маркетинг в России и за рубежом. 2003.– №4.– С.12-19.

А.И. Червинская, ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Минск является культурным, спортивным и деловым центром Беларуси, привлекающим наибольшее количество туристов, что требует создания соответствующей гостиничной инфраструктуры.

Основной номерной фонд сконцентрирован в сегменте 3 звезды, что объясняется спецификой формирования рынка гостиничной недвижимости: строительство и ввод основного гостиничного фонда было реализовано еще в 70-80гг. прошлого века, новые объекты начали появляться относительно недавно.

Основными источниками, формирующими спрос на рынке, выступают деловые контакты, активный и познавательный туризм, выставочные и зрелищные мероприятия национального и международного уровня. Основным центром привлечения гостей является крупнейший город страны – Минск, при этом туристический поток распределяется по всей территории страны.

Развитие туризма в любой стране зависит от целого комплекса факторов, условий и ресурсов. В явном выигрыше находятся те страны, которые имеют выгодные географические расположения (море, горы). Несмотря на то, что Беларусь не располагает такими ресурсами, она имеет ряд преимуществ по сравнению с другими стра-

нами: близость к Западной Европе, Скандинавии – туристическому рынку с высоким финансовым потенциалом; соседство со странами Балтии, Россией, Украиной является серьезным ресурсом к развитию международного туризма; древняя и богатая история, самобытная культура объектов, имеющих историческую, архитектурную и культурную значимость, богатый природный потенциал, животный мир, включающий уникальные водные угодья, реликтовый лес и т.д.

Уровень развития туристической инфраструктуры как фактор конкурентоспособности туристского комплекса страны в настоящее время имеет низкую оценку. Степень износа материально-технической базы туризма, сформированной в основном в 1970-80 гг. достигла 70-80%. Средний уровень загрузки в гостиницах Минска в 2015 г. составил 32,4%, сократившись на 16,9 п.п. таким образом, показатели загрузки в Минске выровнялись с показателями в целом по стране. Следует отметить сохранение высокой конкуренции гостиницам со стороны квартир в аренду. Многие туристы по-прежнему предпочитают квартиры гостиницам [1]. В силу того, что основные транспортные потоки проходят через столицу, для большинства иностранцев, посещающих Беларусь, Минск становится начальным пунктом дальнейшего маршрута, именно здесь начинается знакомство со страной. На основе этого, можно судить о том, что Минск и Минская область являются основными туристическими центрами.

Таким образом, можно выделить некоторые проблемы в туристической индустрии. Самой существенной проблемой на наш взгляд, несмотря на всевозможные мероприятия по развитию туристического сектора экономики является неразвитость туристской инфраструктуры. Особенно остро эта проблема выражена в регионах, хотя и в Минске ситуация оставляет желать лучшего. Недостает эмоционально-выразительной, индивидуальной среды туристских комплексов и зон. Отчасти это зависит от преобладания в гостиничной сфере Беларуси государственной формы собственности над частной.

Далее, немаловажной проблемой является острая нехватка квалифицированных специалистов в сфере гостиничного хозяйства. Согласно действующему стандарту, в гостиницах класса до двух звезд персонал рецепции должен свободно владеть хотя бы одним иностранным языком; в гостиницах класса три звезды и выше встречающие гостей должны владеть двумя-тремя иностранными языками. [2]

Однако сфера гостиничного строительства постепенно развивается в настоящее время вопросам привлечения туристов в Беларуси и развитию туристического бизнеса уделяется большое внимание, т.к. это один из основных и стабильных источников дохода государства. К сожалению, в настоящее время его рано называть достаточно прибыльной отраслью. Несмотря на экономический кризис в Беларуси в последние годы ведутся работы по обновлению и расширению гостиничного фонда, и в силу устойчивого спроса на различные категории гостиниц Беларусь привлечет отечественных и иностранных инвесторов.

Список использованных источников

1. Гостиничная недвижимость. ЗАО ИК «Юниверс»©, 2015г.-20с.
2. Перспективы развития туристической инфраструктуры в г. Минске [Электронный ресурс]-Режим доступа:<http://Tlais.by/story/1468/>-Дата доступа 12.02.2017г