

ны, отношение к клиенту примитивно и понятие "клиент-король" не существует.

Важной стороной существования туристской отрасли как системы является системно-функциональный аспект, отражающий деятельный характер данной системы. Основным социальным назначением рассматриваемой системы управления туризмом является создание оптимальных условий для развития этой отрасли экономики в Республике Беларусь. Поэтому можно сказать, что основной функцией данной системы является деятельность туристских предприятий по выявлению и удовлетворению туристских потребностей.

Перспективы развития туризма многообещающие. По прогнозам ВТО туристские потоки должны принести значительный рост экономикам стран в переходный период. Различные уровни туристских потоков будут способствовать быстрому приближению к международным стандартам.

<http://edoc.bseu.by>

*Бобович А. П.
БТЭУ (Гомель)*

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА

Конкурентоспособным товаром можно считать тот, который может дать прибыль при наличии широкого предложения товаров-аналогов вследствие своих функционально-стоимостных характеристик, в том числе привлекательного образа товара. В связи с постоянным ростом конкуренции, когда борьба идет за каждого покупателя, главным становится учет его индивидуальных потребностей. Поэтому все усилия в области ассортиментной политики должны сводиться к поиску и закупке конкурентоспособных товаров и, тем самым, к повышению конкурентоспособности самих торговых организаций.

Можно выделить следующие основные направления работы по созданию конкурентоспособного торгового ассортимента.

Определение количественного и качественного состава торгового ассортимента и формирование набора товаров, наиболее

предпочтительных для потребителей. Для этого необходимо проводить:

- изучение внешней и внутренней среды деятельности торгового предприятия;
- определение занимаемой им доли и изучение выбранного сегмента потребительского рынка;
- установление макро- и микроструктуры торгового ассортимента;
- проведение гибкого реагирования на требования рынка посредством анализа факторов, влияющих на построение торгового ассортимента.

Невнимание работников торговых предприятий к вышеперечисленным позициям приводит, как правило, к отсутствию в магазинах отдельных товаров. А их узкий, нестабильный или несоответствующий запросам покупателей ассортимент порождает неудовлетворенный спрос, увеличивает затраты времени населения на поиск нужных товаров, отрицательно влияет на конкурентоспособность предприятия.

Включение в торговый ассортимент товаров, находящихся на разных этапах жизненного цикла товара.

Включение в торговый ассортимент товаров на основе их прибыльности, то есть способности быть рентабельными по отношению к издержкам обращения по данной группе или разновидности товаров.

Включаемый в торговый ассортимент товар должен обладать привлекательным для потребителя образом.

Проведение стратегического отбора, предусматривающего введение либо выведение из торгового ассортимента товаров посредством разработки стратегии реализации для каждого товара.

<http://edoc.bseu.by>

*Бобровская О. А.
БГЭУ (Минск)*

СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ГОРОДАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проведено исследование предприятий розничной торговли в одном из развивающихся городов Республики Беларусь – городе Солигорске. Этот город является средним по численности населе-