

Список литературы

1. НАРБ, ф. 952, оп. 2, д. 32, л. 33.
2. Интервью с Юзефом Крижановским, 1932 г. р., д. Прозороки, Глубокский район, 29 апреля 2009.
3. НАРБ, ф. 952, оп. 1, д. 19, л. 42; д. 21, л. 81.
4. ЗАГ.М, ф. 895, оп. 2, д. 2, л. 123.
5. НАРБ, ф. 952, оп. 2, д. 25, л. 11.
6. НАРБ, ф. 952, оп. 1, д. 19, л. 2.
7. НАРБ, ф. 952, оп. 1, д. 33, л. 41. 6
8. ГАВО, ф. 1439, оп. 3, д. 96, л. 26. 7
9. ГАВО, ф. 1439, оп. 3, д. 95, л. 17. 8
10. НАРБ, ф. 952, оп. 1, д. 31, л. 122.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ ООО «ОРАНЖЕТ»

Л.А. Леонова
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Туризм занимает важное место в национальной экономике Республики Беларусь и рассматривается как существенная составляющая инновационного развития страны в долгосрочной перспективе. Детально продуманная стратегия развития каждого субъекта туристской сферы должна обеспечить соответствующий уровень конкурентоспособности и качества туристских услуг, отвечающий мировым стандартам [1,2].

Цель исследования – изучение конкурентной среды ООО «ОранжеТ» и разработка стратегии развития туристической фирмы в современных условиях.

Материал и методы. В исследовании использован статистический материал и бухгалтерская отчетность ООО «ОранжеТ», информация Национального статистического комитета Республики Беларусь, изучены нормативно-правовые акты Республики Беларусь в разрезе туристского бизнеса. В процессе исследования были использованы методы сравнительного анализа, экспертных оценок, экономико-математический подход.

Результаты и их обсуждение. Туризм имеет ряд особенностей, которые вытекают из свойств услуг, предоставляемых туристическими предприятиями и организациями. При реализации туристского продукта усиливается личностный аспект, так как туристский продукт предполагает обязательное присутствие клиента. Стимулом для предложения туристского продукта в приоритете всегда выступает спрос потенциальных и реальных потребителей. Хотя значение туризма как средства восстановления сил и здоровья огромно, туристский продукт не стал еще товаром первой необходимости, поэтому еще к одной особенности можно отнести его «непервичность» в совокупном спросе. В данном случае можно сделать акцент на важность маркетингового окружения турпродукта. Также особенностью турпродукта является его возможная уникальность, когда турпродукт разрабатывается по требованиям конкретного потребителя. Туризм оказывает большое влияние на такие сферы, как экономика, экология, политика, которые, в свою очередь, воздействуют и на туризм. В последние годы особенно возросло значение совместной работы между предприятиями сферы туризма. Синергия в сфере туризма приносит дополнительную прибыль всем субъектам хозяйствования турбизнеса соответствующего региона, если она осуществляется в разрезе оптимальной стратегии развития[1]. На конец 2012г., число организаций осуществляющих туристическую деятельность в Республике Беларусь составило 958 единиц. В динамике количество организаций, занятых в сфере туризма с 2000г. по 2012г. увеличилось на 543(таблица).

Таблица – Число организаций в сфере туризма по регионам Республики Беларусь

Регион/Годы	2000	2009	2010	2011	2012
Республика Беларусь	415	720	783	791	958
Брестская область	67	78	77	73	89

Витебская область	25	68	83	84	93
Гомельская область	21	46	54	61	81
Гродненская область	33	44	46	59	62
г.Минск	237	365	403	411	470
Минская область	12	70	70	55	77
Могилевская область	20	49	50	57	86

Источник: составлено автором по данным Национального статистического комитета Республики Беларусь [3]

Как показывают данные таблицы, за рассматриваемый период наблюдался количественный рост организаций, осуществлявших туристическую деятельность по всем регионам Республики Беларусь. Однако наибольший темп роста в 2012г. относительно 2011г. был в Могилевской области и составил около 150 процентов. В Республике Беларусь за последние годы активно развивается и въездной туризм. Так, в 2012г. Республику Беларусь посетили туристы из Австрии, Бельгии, Германии, Дании, Израиля, Испании, Италии, Кипра, Китая, Латвии, Литвы, Голландии, Польши, Великобритании, США, Турции, Финляндии, Франции, Чехии, Швейцарии, Швеции, Эстонии и Японии. Наибольшее количество туристов было из Германии (2071чел.), Италии (1535чел.), Латвии (1107чел.), Литвы (1688чел.), Польши (2027чел.), США (1017чел.), Великобритании (3033чел.), Турции (2768чел.). В 2012г. большей популярностью среди белорусов пользовались такие страны дальнего зарубежья, как Болгария (54383 чел.), Греция (14624чел.), Египет (46981чел.), Литва (26336чел.), Польша (45235чел.), Турция (66932 чел.), Чехия (13488чел.). Положительная динамика в развитии предприятий турбизнеса показывает, что туристические фирмы, конкурирующие на рынке Республики Беларусь, должны не только оптимально подходить к разработке своей базовой бизнес-стратегии, но и постоянно ее совершенствовать в зависимости от изменения спроса потребителей, формировать новые цели и выходить на новые сегменты рынка. Туристическое предприятие «Оранже» было создано в 2011г. с целью осуществления хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли. К основным направлениям деятельности ООО «Оранже» можно отнести: организацию международных туров, лечебно-оздоровительных туров, экскурсионных и экзотических туров, обслуживание корпоративных клиентов по заказу. За 2011, 2012гг. рентабельность предприятия составила около 5 процентов. Невысокий уровень рентабельности наблюдался в первую очередь из-за низкой информированности потребителей про услуги фирмы, а также из-за практически одинакового спектра услуг, которые могут потенциальные потребители найти и в других турфирмах Республики Беларусь. В цену турпродукта фирмы включены издержки, связанные с производством, продвижением, распространением и продажей турпродукта, а также величина прибыли. Ценовая политика туристической компании ООО «Оранже» также предполагает наличие гибкой системы скидок - групповые скидки, накопительные скидки постоянным клиентам. Однако в компании нет отдела маркетинга, всеми исследованиями внешнего туристского рынка косвенно занимается директор турфирмы. На данный момент компания, несмотря на небольшой опыт, завоевывает популярность среди туристов в таких направлениях как: организация автобусных туров по Европе; реализация автобусных рейсов на Черноморское побережье; продажа экзотических туров ГОА, Куба; отдых на море: Турция, Египет. Большим спросом среди клиентов фирмы пользуются туры продолжительностью которых составляет 11-14 дней (51,5%). Затем по популярности следуют туры на 8-10 дней (28%), 4-7 дней (11%), 1-3 дня (7,2 %), 15-21 день (1,9%), более 21 дня (0,4%). С целью повышения уровня конкурентоспособности и прибыльности предприятия предложено развивать новые направления по оказанию туристических услуг. К ним были отнесены мероприятия по внедрению водных маршрутов, мероприятия по развитию охотничьего туризма. Для развития водного туризма ООО «Оранже» выбрано балтийское направление. Данный туристический продукт ориентирован на три целевые группы (иностранцы туристы, останавливающиеся в г.Нарве; транзитные туристы в том числе жители Витебского региона; местные жители), которые по состоянию на текущий момент способны создать потенциальный туристический поток

в размере 36-36,5 тыс. чел. в год. Для мероприятия рассчитан вероятный пассажиропоток, затраты, доходы и рентабельность турпродукта. Внедрение турпродукта позволит не только расширить целевые сегменты, но и снизить экономические риски фирмы из-за диверсификации предлагаемых видов услуг. Вторым новым направлением для фирмы предложена организация охотничьего туризма, что потребует дополнительных финансовых затрат на дом охотника (ориентировочной площадью 150 м² на 14 спальных мест), на содержание 3 работников, строительство бани, гаража и беседки. При расчете эффекта от внедрения данного мероприятия была учтена сезонность данного вида услуги.

Заключение. Проведенные исследования показали наличие конкуренции между туристическими фирмами Республики Беларусь; важность оптимального подхода к диверсификации предлагаемых туристических услуг, осуществляемой с целью повышения прибыльности и финансовой устойчивости турфирмы ООО «Оранжевый».

Список литературы

1. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011 - 2015 годы [Электронный ресурс] – 2014. – Режим доступа: <http://mst.gov.by/ru/programma-razvitiya-turizma> – Дата доступа: 01.02.2014.
2. Основные тенденции социально-экономического развития Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2014. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/> – Дата доступа: 01.02.2014.
3. Статистический ежегодник Республики Беларусь /Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2014. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/index.htm> – Дата доступа: 01.02.2014.

УЧАСТИЕ МУЗЕЕВ БССР В ПРАЗДНОВАНИИ 50-ЛЕТИЯ ВЕЛИКОЙ ОКТЯБРЬСКОЙ СОЦИАЛИСТИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

*О.Ю. Лесная
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова*

В 1967 г. деятельность музеев в республике была ориентирована на осуществление задач, поставленных XXIII съездом КПСС и решениями Пленумов ЦК КПСС. В ходе работы сотрудники музейной сферы руководствовались Постановлениями ЦК КПСС и ЦК КПБ «О повышении роли музеев в коммунистическом воспитании трудящихся», «О подготовке к празднованию 50-летия Великой Октябрьской социалистической революции», «О дальнейших задачах по увековечению подвига советского народа в период ВОВ», а также решениями Министерства культуры СССР и БССР по музейным вопросам. Цель работы: анализ деятельности музеев БССР в связи с подготовкой к празднованию 50-летия Великой Октябрьской социалистической революции.

Материал и методы. В основу исследования были положены материалы Национального архива Республики Беларуси по вопросам развития музейного дела: протоколы заседаний коллегии министерства, постановления коллегии и обзоры министерства о деятельности музеев республики за 1967 г. Использованы сравнительно-исторический и описательно-аналитический методы.

Результаты и их обсуждение. К празднованию 50-летия Великой Октябрьской социалистической революции и согласно постановлению коллегии Министерства культуры СССР «О ходе подготовки учреждений культуры к 50-летию Великой Октябрьской социалистической революции в свете постановления ЦК КПСС от 4 января 1967 года» музеи БССР включились во Всесоюзный смотр музеев.

В 1967 г. в БССР насчитывалось 47 музеев, 7 из них филиалы [1, л. 4]. Всего в смотре приняло участие 40 музеев, из них 34 системы Министерства культуры БССР и 6 музеев других ведомств [2, л. 30].

Научно-исследовательская, собирательская и экспозиционная деятельность краеведческих и исторических музеев в этот период осуществлялась по трем главным направлениям: история советского общества, что было обусловлено созданием полноценной экспозиции по истории советского народа к 50-летию Великого Октября; история доре-