

Конкурентной единицей в туризме является дестинация – комплекс продуктов туристической индустрии, впечатлений и ожиданий туристов, а также других нематериальных объектов, расположенный на определенной территории и являющийся объектом управления [1, с. 160; 2, с. 365]. Цель научной работы состояла в исследовании проблем, стоящих на пути превращения Барановичского региона в полноценную туристическую дестинацию. Барановичский регион территориально включает в себя город Барановичи и Барановичский район [3, с. 15]. Туристическая инфраструктура представлена 8 туристическими организациями, функционирует 2 гостиницы и 1 отель, турбаза «Лесное озеро», 2 санатория. Заведения питания представлены более 300 единицами. 9 предприятий региона оказывают агроэкологические услуги. Предпосылками развития экотуризма в регионе являются благоприятная экологическая ситуация и богатое биоразнообразие. Очагами развития познавательного туризма в перспективе могут стать Полонечка, Крошин и другие [4, с. 163]. Туристический поток в регион увеличивается, расширяется география иностранных туристов. Основная цель путешествия в регион – оздоровление, рекреация.

При этом путь бурного развития туризма преграждают отсутствие инфраструктуры экологического туризма, дефицит профессиональных кадров, в том числе гидов проводников, интерпретаторов природы, недостаточность рекламных и образовательных материалов, в том числе на английском языке. Познавательный туризм развивается с недостаточной силой из-за запущенного состояния усадеб, их редкого включение рассматриваемых объектов в туристические маршруты и экскурсии, отсутствия внимания СМИ к объектам, отсутствия туристической инфраструктуры. Проблема использования ресурсов заключается также в жесткой конкуренции со стороны культурных объектов соседних туристических дестинаций (Мир, Несвиж и др.). Стратегия продвижения Барановичского региона как туристической дестинации должна строиться на основе использования тех сильных сторон, которыми обладает регион. При этом открывающиеся перед регионом возможности активизации инвестиционного процесса, оборудования экологических маршрутов геоинформационными технологиями, развития новых видов туризма (водно-развлекательного и т.д.) необходимо использовать, учитывая целевой рынок - урбанизированные туристы возрастной группы от 25 до 45 лет и от 45 до 65. Частичное нивелирование слабых сторон и защита от угроз призван выполнять полноценный сайт дестинации.

Литература

1. *Steven Pike. Destination Marketing: An integrated marketing communication approach/ S. Pike. – Hungary, 2009. – 396 p.*
2. *Тарасенок, А.И. Геоэкономика туризма: пособие/ А.И. Тарасенок. – Минск: Издательство «Четыре четверти». – 2009. – 212 с.*
3. *Федорук, А.Т. “Старинные усадьбы Берестейщины”/ А.Т. Федорук. – Минск: Беларуская энцыклапедыя, 2004. – 576 с.*
4. *Памяць. Баранавічы. Баранавіцкі раён. / Рэдкал.: Я.С. Гайковіч, Я.А. Ідэльчык і інш. – Мн.: Беларуская энцыклапедыя, 2002. – 790 с.*

©ПГУ

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ПОСТРОЕНИЯ РЕЙТИНГА БАНКОВ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

С. П. ЗЕЛЕНИК, И. В. СОРОКУЛЬСКАЯ

The methods of construction of a rating of commercial banks in sphere of consumer crediting have worked out. The given methods have made for the purpose of credit recipient choice optimization of the bank which is laying down the most attractive conditions of allocation of consumer credits of various kinds

Ключевые слова: потребительское кредитование, рейтинг банков

Необходимость построения рейтинга банков в сфере потребительского кредитования обусловлена значимостью данного вида кредитования как для самих коммерческих банков, поскольку является одним из основных видов активных операций, обеспечивающих им доход, так и для населения, т.к.

позволяет оптимизировать выбор банка для получения кредита. Последнее способствует росту потребительского спроса, а соответственно, и развитию экономики государства. Комплексной рейтинговой оценки деятельности банков в сфере потребительского кредитования в Республике Беларусь не существует, что также подтверждает необходимость разработки методики построения рейтинга.

Автор предлагает при построении рейтинга учитывать показатели, характеризующие не только условия кредитования, но и в целом эффективность и деловую активность банка. С этой целью в разработанной методике предусмотрено поэтапное построение различных видов рейтингов банковской деятельности.

Согласно данной методике на первом этапе построение рейтинга осуществляется с использованием ограниченного перечня показателей, разработанных автором. На данном этапе оцениваются активы, собственный капитал, прибыль, сумма задолженности по кредитам, выданным физическим лицам. Рейтинг, составленный на первом этапе, будет характеризовать позицию банка в банковской системе в целом. Однако он не отражает привлекательность кредитных продуктов банка в сфере потребительского кредитования, поэтому целесообразно перейти ко второму этапу.

Второй этап подразумевает построение рейтинга банков, дифференцированного по видам потребительских кредитов, на котором оцениваются наиболее значимые характеристики кредитования: срок предоставления кредита, процентная ставка по кредиту, максимально возможная сумма предоставляемого кредита, условия поручительства или залога и дополнительные выплаты за пользование кредитом. Для построения рейтинга банков на втором этапе по мнению автора целесообразно использовать анкетирование.

Для комплексной оценки деятельности банков в сфере потребительского кредитования следует перейти к третьему этапу – построению итогового рейтинга. Построение и оценка итогового рейтинга банков осуществляется с помощью суммирования баллов, присужденных банкам на первом этапе, с итоговым количеством баллов, присужденных банкам на втором этапе по различным видам потребительских кредитов. Особенностью его построения является то, что итоговый рейтинг банков дифференцирован по видам потребительских кредитов, что позволяет выявить у каждого из банков наиболее привлекательный для кредитополучателя вид потребительского кредита.

Составить рейтинг банков, по представленной методике может самостоятельно любой потенциальный кредитополучатель. Все необходимые для построения рейтинга показатели находятся в свободном доступе. С помощью составленного рейтинга банков можно грамотно оценить условия предоставления кредита того или иного вида, предоставляемого несколькими банками, вследствие чего оптимизировать выбор банка, выдвигающего наиболее оптимальные для кредитополучателя условия кредитования.

©БГЭУ

КЛАСТЕРНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ИННОВАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: ТЕОРИЯ И ОПЫТ СОЗДАНИЯ

А. М. ЗОРКИН, Т. В. СОРОКИНА

In the world economy there is an effective mechanism of financial control based on the cluster approach. Cluster economics is a model of economy development which is ruled by the impact on a cluster as the main factor of the country competitiveness. The article offers actions in creation the cluster economics, its development and administration

Ключевые слова: кластерная экономика, кластер, точки ключевых компетенций

Анализ опыта экономического развития ряда зарубежных стран и Республики Беларусь позволяет смоделировать процесс перехода от текущего способа распределения финансовых, трудовых, капитальных ресурсов, к новой системе управления экономикой – кластерной экономики. В ее основу положено создание кластеров как особых формирований, образующих самодостаточные и саморазвивающиеся механизмы.

Анализ показывает, что экономика, которая в своем развитии опирается на кластеры, является наиболее приспособленной к глобальной конкуренции. Она ориентирована на экспорт и занятие лидирующих позиций в области товаров, которые являются ключевыми компетенциями данной страны. Именно конкуренция и понимание конкурентоспособности лежит в основании теории образования и развития кластера.

Для перехода к кластерной экономике предлагаем сделать три ключевых шага. Во-первых, необходимо стимулировать развитие тех отраслей национальной экономики, которые позволят получить максимальную добавленную стоимость (что важно в условиях ограниченности ресурсов), и создадут источник средств для дальнейшего рефинансирования экономики. При этом необходимо четко опре-