

тигаемого улучшением его качества, повышение престижа и, как следствие, конкурентоспособности отрасли по сравнению с другими видами транспорта.

Необходимо проведение регулярных исследований транспортного рынка, разработка на их основе прогнозов развития ЖДТ, потребностей и спроса на перевозки грузов, возможностей их удовлетворения за счет имеющихся или экономически обоснованного увеличения мощностей. Главной особенностью маркетинговой деятельности на транспорте является выявление проблем у грузовладельцев уже пользующихся услугами ЖДТ и потенциальных клиентов и определение стратегии их поведения на транспортном рынке.

Петрова Т. А., БГЭУ (Минск)

ИСТОЧНИКИ ВНУТРЕННЕЙ ИНФОРМАЦИИ ГОСТИНИЦЫ

Управляющему по маркетингу гостиницы постоянно приходится принимать решения по эффективной организации деятельности своего предприятия. Чтобы должным образом управлять гостиницей в условиях рынка, необходимо получать адекватную информацию до, во время и после принятия управленческих решений. Главная причина этого заключается в том, что при реализации маркетинговой деятельности недостаточно опираться на интуицию, суждения руководителей и опыт прошлого.

В системе маркетинговой информации гостиничного предприятия важную роль играет внутренняя информация об объектах маркетинговых исследований.

К внутренним источникам относятся рабочие материалы и архивы гостиницы. Из них можно извлечь информацию с целью оценки текущей маркетинговой ситуации и маркетинговых проблем, отчеты бухгалтерии о продажах, затратах, движении наличности. Ежедневные отчеты гостиницы включают сведения о занятости номеров, количестве гостей, общей выручке, количестве невостребованных зарезервированных номеров и данные относительно аренды помещений. Полезная информация содержится также в графике работы кухни ресторана гостиницы, ежедневном отчете данного ресторана, в отчетах регистратуры, в отчетах о востребованных продажах. Данные материалы позволяют оперативно корректировать намеченные планы и строить стратегии развития гостиницы.

Одним из самых важных элементов в системе внутренней маркетинговой информации гостиницы является процесс использования специфической информации о гостях, которая поступает из регистрационных книг, отчетов, анкет. Особенно важна информация о постоянных гостях гостиничного предприятия.

Наиболее актуальной информацией подобного рода можно считать следующее: информация о клиенте, цель поездки, как заказан номер, способ оплаты, общая характеристика заказанных гостиничных услуг, дополнительные и другие услуги.

Без учета данной информации невозможно совершенствовать качество обслуживания, составлять планы маркетинга и загрузки гостиницы, проводить эффективные рекламные кампании и программы стимулирования сбыта, разрабатывать новый продукт и улучшать уже существующий. Без знания информации о закономерностях в предпочтениях гостей невозможно планировать прибыль гостиницы.

Адресные базы гостей гостиницы позволяют оперативно и корректно с ними работать и сохранять даже различию мелочи, из которых и состоит качество обслуживания. Большой плюс данных программ – особые формы представления информации, ко-

торы позволяют извлекать именно то, что нужно, не перечитывая при этом остальные заметки, а также способность вести определенную статистику.

Для получения по большей части качественной информации о гостях в гостиницах используют анкеты. При этом, правда, необходима достаточная их мотивация, чтобы они пожелали заполнить ее достоверно и полностью, так как вопросы в ней зачастую связаны с оценкой гостиницы или процессов предоставления услуг.

Самым важным способом получения информации для гостиничного предприятия является наблюдение. Ответы, на первый взгляд поверхностные, и совсем уж несерьезные вопросы позволяют вскрыть глубинные мотивы поведения гостиничной клиентуры. Осознав скрытые причины поведения, можно пойти по пути удовлетворения потребностей клиентов и создания условий, при которых они станут регулярно пользоваться услугами данного отеля.

Для получения информации о состоянии дел в гостинице и ее проблемах следует также ответственно подходить к жалобам гостей. В противовес мифа, что жалующиеся клиенты – это скандалисты, следует помнить: обращение с жалобой требует времени и доставляет беспокойство, а порой и финансовые траты. Когда гость жалуется, руководство должно быть благодарно, так как большинство молчит. И только именно этот клиент дает возможность руководству гостиницы решить проблему и повысить качество обслуживания.

Внутренняя информация гостиницы может помочь повысить уровень удовлетворения обслуживанием гостей, а, следовательно, улучшить эффективность деятельности гостиничного предприятия.

Петроченков Д. В., БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ С ИНОСТРАННЫМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ

В белорусском законодательстве отсутствует отдельный нормативный акт, регулирующий ценообразование на товары (работы, услуги) коммерческих организаций с иностранными инвестициями. Поэтому у субъектов хозяйствования возникает правомерный вопрос: «Каким нормативным актом следует руководствоваться при установлении цен (тарифов) на товары (работы, услуги) указанных организаций?»

Статьей 94 Инвестиционного кодекса определено, что «Коммерческие организации с иностранными инвестициями вправе самостоятельно устанавливать цены на продукцию (работы, услуги) собственного производства и порядок ее реализации, а также самостоятельно выбирать поставщиков товаров (работ, услуг)».

Порядок формирования цен коммерческими организациями в основном схож с порядком формирования цены других субъектов хозяйствования Республики Беларусь, однако имеет свои особенности:

– на коммерческие организации с иностранными инвестициями не распространяются предельные индексы, устанавливаемые Советом Министров Республики Беларусь, и, соответственно, при превышении этих индексов нет необходимости регистрации отпускных цен;

– на новые товары, производимые коммерческими организациями с иностранными инвестициями, регистрация цен (тарифов) в настоящее время осуществляется по упрощенной схеме – на основании уведомления об уровне сформированных цен в день его получения.