

В 2006 г. в Беларуси зарегистрировано 434 турфирмы. Борьба за клиента достаточно жесткая и ведется по турнаправлениям. Однако продукт мало дифференцирован и не эксклюзивен. Это объясняет низкую лояльность клиентов. Степень соперничества/конкуренции в туротрасли очень высока. Следовательно, этой силе можно присвоить только «-».

«Барьеры входа» в туротрасль довольно высокие. К основным препятствиям относят: низкую эффективность; высокий профессионализм и большой опыт работы; государственную политику и лицензирование; большие вложения по раскрутке, но низкие затраты на вход в отрасль; проблема развития розничной сети. Данная сила получает «+».

Сегодня для белорусской туротрасли существует два возможных потенциальных заменителя: западные туроператоры, которые, выйдя на белорусский рынок, могут получить практически все отлаженные технологии туризма, сильная законодательная база (в том числе и ответственность перед клиентом); низкие цены, высокий уровень сервиса, обслуживания клиентов; прямое бронирование гостиниц, билетов, автомобилей. Угроза для рынка туруслуг Беларуси пока незначительна, поэтому здесь можно поставить «+».

По трем из пяти сил Портера туротрасль Беларуси заслуживает «плюсы». Чтобы преодолеть силу покупателей, нужно предложить продукт, оптимальный по соотношению цена/качество для каждого рыночного сегмента. Следует дифференцировать турпродукт, делать его эксклюзивным, проводить рекламные акции (с целью идентификации торговой марки) и индивидуальную работу с клиентом/агентом. Для привлечения иностранных покупателей Беларуси следует развивать агро- и экотуризм.

<http://edoc.bseu.by:8080>

Грабовский А.В.
УО ВІТУ (Вітебск)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Бизнес – это любой вид деятельности, приносящий прибыль или другую личную выгоду при производстве и продаже товаров, оказании услуг, торговых операциях, коммерческих сделках или посредничестве. Бизнес можно также рассматривать как предприятие или фирма, приносящая прибыль в результате осуществления определенных видов деятельности.

Под эффективным бизнесом следует понимать, прежде всего, эффективность, то есть результативность деятельности при производстве и продаже товаров, которую следует рассматривать как производственную эффективность и финансовую эффективность. Однако любой бизнес имеет экономико-организационную форму в виде предприятия, как имущественного комплекса. В этом смысле бизнес для владельца является объектом собственности, которую он может продать, заложить, завещать и та далее. Для владельца представляет интерес не только результативность бизнеса, как экономической деятельности, но и его стоимостная оценка, как предприятия. Причем, чем больше прирост этой стоимости, тем эффективнее бизнес для его владельца.