

ОСОБЕННОСТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СПРОСА НА ПЕРЕВОЗКИ

Одним из основных специфических принципов прогнозирования спроса на перевозки является многовариантный характер прогноза, что означает, что допустимо (и даже желательно) построение нескольких вариантов прогноза спроса. Наличие нескольких вариантов прогноза спроса необходимо для правильной оценки условий, в которых должен развиваться спрос. Кроме того, многовариантный характер прогнозирования спроса на перевозки позволяет путем сравнения различных вариантов прогноза выбирать среди них тот, который обеспечивает наиболее полное удовлетворение потребностей в перевозках и наиболее соответствует провозным способностям. Другая важная особенность прогнозирования спроса на перевозки состоит в том, что сама прогнозная оценка спроса не может рассматриваться как окончательная. Уточнение прогнозных оценок спроса должно происходить постоянно. В этом находит свое выражение принцип уточняющегося прогноза.

Спрос на услуги автотранспорта во многом определяется экономической ситуацией в Республике Беларусь. В частности наблюдается достаточно тесная взаимосвязь между объемом грузоперевозок и величиной валового внутреннего продукта.

Процесс прогнозирования спроса на автотранспортные услуги включает ряд этапов: исследование рынка, конкурентной среды, выделение сегментов рынка; анализ состояния спроса и предложения, определение степени удовлетворения спроса в конкретных услугах, совокупного спроса; анализ факторов, влияющих на спрос и установление взаимозависимости показателей; выбор методов прогнозирования; осуществление прогноза спроса; оценку надежности прогноза; разработку конкретных мероприятий по более полному удовлетворению спроса на автотранспортные услуги.

Проведенные исследования свидетельствуют о том, что спрос на услуги автомобильного транспорта во многом зависит от развития имеющихся в регионе видов транспорта, степени их интеграции в единую систему, уровня тарифов по видам транспорта, ассортимента и качества услуг. Удельный вес автотранспортных услуг с развитием рыночной экономики и ее инфраструктуры, как правило, возрастает, и это характерно практически для всех стран.

Ефимова Н.А.
УО БГЭУ (Минск)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Анализ деятельности гостиницы предполагает оценку степени эффективности использования ресурсов в процессе оказания гостиничных услуг. Оценка эффективности использования трудовых ресурсов в гостинице имеет свои особенности. В отличие от промышленных предприятий основной показатель эффективности использования тру-

довых ресурсов – производительность труда – не имеет существенного значения для гостиниц. В гостинице отдельные подразделения заняты непосредственным обслуживанием клиентов: портье, горничные, торгово-производственные работники предприятий торговли и питания, а другие не занимаются оказанием услуг – бухгалтерия, инженерный отдел и пр. Рассчитанный по принятой методике показатель производительности труда показывает выручку, приходящуюся на одного работника, но не отражает эффективность использования трудовых ресурсов. Поэтому с помощью данного показателя можно оценить эффективность работы отдельных структурных подразделений, например, службы горничных как отношение убранных номеров к численности горничных в смене, но не эффективность работы всего персонала гостиницы.

Другим заслуживающим внимание при оценке эффективности персонала фактором является зависимость предприятий сферы услуг от колебаний спроса. Резкое изменение спроса на услуги гостиницы по независящим от персонала факторам вызывает существенное изменение показателя производительности, тогда как реальное изменение производительности не происходит.

Третьим фактором, на который следует обратить внимание, является дифференциация тарифов на проживание в зависимости от гражданства клиента. Это приводит к ситуации, когда производительность труда будет меняться не в зависимости от приложенных усилий, а в зависимости от структуры клиентов гостиницы.

В качестве косвенных показателей эффективности использования трудовых ресурсов можно использовать показатели эффективности использования фонда заработной платы, в первую очередь соотношение темпов роста прибыли и средней зарплаты.

Такие показатели как уровень фонда заработной платы, соотношение темпов роста выручки на одного работника и средней зарплаты, прибыль на рубль фонда зарплаты характеризуют обоснованность политики администрации в области определения размеров оплаты труда и поощрительных выплат.

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

*Жебрун Е.С.
УО БрГТУ (Брест)*

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В условиях жесткой конкуренции подход к развитию бизнеса, ориентированный на поиск новых клиентов и быстрые разовые продажи, поддерживая стратегию роста, основанную на повышении объема продаж за счет увеличения доли рынка становится практически невозможным. Для успешной деятельности предприятия большое значение приобретает сохранение существующих потребителей и формирование их лояльности. При этом как свидетельствует мировая практика, 2% сохраненных покупателей соизмеримы сокращению издержек на 10%, а привлечение нового клиента обходится в среднем в 5 раз дороже, чем удержание существующего.

С учетом происходящих изменений наряду с долей рынка появилось такое понятие, как маркетинг доли потребления. Последний рассчитан на долгосрочную перспективу и предполагает расширение бизнеса за счет потенциала лояльных клиентов, готовых покупать больше товаров при создании определенных условий. Реализация данной концепции базируется на непосредственном общении с потребителем и предполагает