

рынке маркетинговых услуг, они станут намного дешевле, что подтверждается анализом динамики стоимости услуг таких фирм.

В условиях широкого развития не только маркетинговой, но и прочих видов инфраструктуры, содействующей промышленному развитию (страховой, трастовой, лизинговой, факторинговой и др.) предприятия РБ смогут выйти на мировой рынок.

Литература

1. Basic Marketing: a Global Managerial Approach / E. Jerome McCarthy , William D. Perreault. – 11th ed.- Boston? MA 02116 – 763.

2. Bovee Courtland L. Marketing / Courtland L. Bovee, John V. Thill - 760cm. - (McGraw-Hill series in marketing).

ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Н.А. Ефимова

Научный руководитель – д.э.н, профессор *А.П. Дурович*
Белорусский государственный экономический университет

Целью исследования является получение на основании статистической информации о средствах размещения Республики Беларусь показателей, характеризующих рынок средств размещения. Информационной базой служит статистическая отчетность по форме “1-средства размещения”.

Таблица - Исходные данные для анализа рынка средств размещения.

| | Размещено гостей, тыс. чел. | | | Предоставлено койко-суток, тыс. ед. | | | Выручка, поступившая от размещения, млн. руб. | | |
|------------------------------|-----------------------------|---------|---------|-------------------------------------|---------|---------|---|---------|---------|
| | 2000 г. | 2001 г. | 2002 г. | 2000 г. | 2001 г. | 2002 г. | 2000 г. | 2001 г. | 2002 г. |
| Республика Беларусь, всего | 1450,5 | 1333,1 | 1073,5 | 4014,1 | 3674,1 | 2987,4 | 15217 | 27656 | 37018 |
| в том числе: | | | | | | | | | |
| Жителей Республики Беларусь | 1190,2 | 1113,9 | 865,6 | 3383,7 | 3157,3 | 2491,0 | 6940 | 14255 | 19299 |
| Гостей из стран СНГ | 179,7 | 144,5 | 128,2 | 393,9 | 312,1 | 289,0 | 3279 | 5326 | 7434 |
| Гостей из дальнего зарубежья | 80,6 | 74,7 | 79,7 | 236,5 | 204,7 | 207,4 | 4998 | 8075 | 10285 |

Примечание: Источник: собственная разработка на основании информации Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

Как следует из таблицы, наибольшее количество клиентов средств размещений было в 2000 г., и на протяжении последних двух лет наблюдается устойчивая тенденция снижения количества клиентов. При этом такая тенденция характерна для всех категорий клиентов, за исключением гостей из дальнего зарубежья: в 2002 г. их количество по сравнению с 2001 г. выросло на 5 тыс. человек. Удельный вес различных категорий клиентов остался практически неизменным: чуть более 80% составляют жители Республики Беларусь, чуть более 10% - гости из СНГ, удельный вес гостей из стран дальнего зарубежья вырос с 5,6% в 2000 г. до 7,4% в 2002 г. Динамика количества предоставленных койко-суток подтверждает вышеуказанную тенденцию. Отношение количества предоставленных койко-суток к числу гостей характеризует среднее время проживания. В целом по республике, и по каждой категории клиентов, на протяжении трех лет оно колебалось от 2,2 суток до 2,8 суток.

Несмотря на то, что более 80% гостей составляют жители Республики Беларусь, они приносят средства размещения только половину выручки. Около 30% приносят гости из стран дальнего зарубежья, оставшиеся 20% приходятся на долю гостей из СНГ. Отношение выручки к предоставленным место-суткам показывает стоимость проживания. Она существенно различается в зависимости от категории гостей. Так, для жителей Республики Беларусь она составила в среднем 7,75 тыс. руб., тогда как для гостей из стран дальнего зарубежья – 49,6 тыс. руб. в 2002 г. Поэтому наблюдающийся рост количества гостей из дальнего зарубежья можно считать положительной тенденцией.

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕПОЗИТНЫХ ОПЕРАЦИЙ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ С ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ

О.С. Минюк

Научный руководитель – д.э.н, профессор *С.А. Богданкевич*
Белорусский государственный экономический университет

Retail Banking (розничная продажа) представляет собой ряд направлений деятельности банка по разработке и продвижению банковских продуктов и услуг, предназначенных для частных лиц. Депозитные операции банка с физическими лицами можно рассматривать как одно направлений данного бизнеса. В настоящее время наблюдается номинальный рост объема рублевых и валютных депозитов физических лиц в банковской системе, которые увеличились с начала года на 36,13%. Но не смотря на увеличение в абсолютных цифрах, что связано с поддержанием положительного значения ставки рефинансирования НБ РБ, относительная доля средств физических лиц в структуре ресурсной базы коммерческих банков оставалась стабильной на уровне 22-24%, что говорит о слабой активности банков в данном направлении.

Совершенствование депозитных операций банка можно рассматривать в рамках нескольких концепций управления бизнесом, выделяемых Ф. Котлером – концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция маркетинга.

-концепция совершенствования банковского производства означает расширение способов доставки (филиальной сети, внедрение интернет-банкинга), сети банкоматов, улучшение качества обслуживания, использование информационных технологий.

-банковский продукт представляет собой совокупность (пакет) услуг, структурированных и предоставляемых клиенту с целью решить определенную задачу, которая выражает идею данного продукта, способов его доставки, а также ресурсов, которые банк получает от клиента в рамках типового договора. Концепция совершенствования банковских продуктов предполагает концентрацию усилий банка по улучшению качества продуктов и услуг, предоставляемых физическим лицам, что означает улучшение таких характеристик, как доходность и риск, совершенствование норм гражданского и банковского законодательства.

-применение концепция маркетинга означает изучение потребностей отдельных сегментов рынка и разработка банковских продуктов и услуг для удовлетворения этих потребностей, формирование выигрышного имиджа продуктовых предложений, создание и продвижение торговых марок этих предложений (брендинг).

Литература

1. Бюллетень банковской статистики январь-август 2003.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга – М.: Прогресс, 1999.