

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.