

баллами те услуги, которые для них имеют наибольший вес; на втором этапе гости по пятибалльной шкале оценивали услуги исследуемой гостиницы.

На первом этапе было выявлено, что наиболее важной составляющей гостиничной услуги является радушный прием в рецепции (5 баллов), а также чистота в номере и организация питания в ресторане. Большинству потребителей гостиничных услуг не представляется необходимым наличие кондиционера в номере (2,5 балла). Важно для потребителей географическое положение гостиницы (5 баллов).

Наивысший процент потребительской удовлетворенности получили следующие услуги: географическое расположение гостиницы (95,75 %), чистота в номере (89,75 %), возможность бронирования номера (84,50 %), прием в рецепции – (78 %), профпригодность персонала (77,25 %), организация питания в ресторане (74,75 %). Низкий процент удовлетворенности потребителей получили следующие услуги: наличие кондиционера в номере (8,25 %), доступ в интернет (15 %), наличие бизнес центра (21,5 %), владение персоналом иностранными языками (30,25 %), наличие парковки (36 %).

Исходя из результатов исследования, можно разработать предложения по улучшению ситуации на уровне государства, города и гостиницы:

Улучшение гостиничного бизнеса со стороны государства:

1. Развитие, как въездного туризма, так и туризм внутри Республики; осуществление активного маркетинга белорусского туризма за границей и внутри Республики.
2. Поддержание уже существующих гостиничных комплексов.
3. Улучшение гостиничного бизнеса на уровне города.
4. Привлечение белорусских и иностранных туристов в город, сохранение в хорошем состоянии памятников истории и архитектуры, поддержка организаторов мест развлечений.

Пути улучшения ведения бизнеса в гостиничном комплексе «Припять»:

- снижение количества нежилых площадей здания путем сдачи в аренду;
- улучшение качественного состава персонала;
- создание собственной сети развлекательных заведений;
- улучшение качества предоставляемых услуг: оснащение номеров кондиционерами, организация бесплатной охраняемой парковки для гостей;
- осуществление маркетинговых мероприятий;
- сотрудничество с туристическими операторами города Пинска.

© ПГУ

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА БЕЛАРУСИ

Д. Н. РОСКАЧ, Ю. В. КУЛАГА

This article shows the results of a joint investigation of Belarussian business policy, carried out by the World Bank Group and International Finance Corporation; it contains the analysis and the reason of the basic problem of the small-scale Belarussian business – that is control procedures, realized by a huge amount of controlling units, which merely duplicate each other in many cases. In the course of the investigation the author worked out recommendations to eliminate this administrative barrier. The results of the investigation contain actual information for the representatives of the public administration who are working on creating of favourable conditions for the functioning of enterprises and improvements of its legal relationship

Ключевые слова: предпринимательство, администрирование, проблемы бизнеса

Анализ деятельности малых предприятий в республике, видов товаров и услуг, которые они производят или предоставляют обществу, а также экономических и правовых условий, обеспечивающих жизнеспособность этих субъектов предпринимательской деятельности, позволяет констатировать неутешительный факт: предпринимательство в Беларуси не стало активным элементом экономической системы [1, с. 30].

Одной из причин такого положения является отсутствие целостной системы развития предпринимательства, которая охватывала бы республиканский и региональный уровни управления, а также уровень непосредственного управления фирмой. Отсутствует эффективный механизм, обеспечивающий условия развития малого предпринимательства [2, с. 71].

Результаты данного исследования не являются исчерпывающим обзором всех проблем, с которыми приходится сталкиваться предприятиям малого и среднего бизнеса в Беларуси. Это фактическое отражение взглядов самих белорусских предпринимателей. В некоторых случаях мнения, высказанные предпринимателями, могут не согласовываться с существующей законодательной базой. Тем не менее, с точки зрения представителей малого и среднего бизнеса,

проблемы действительно существуют. Подобные несоответствия подтверждают необходимость более тесных контактов между Правительством Республики Беларусь и частным сектором.

Малый и средний бизнес обеспечивают новые рабочие места, так необходимые экономике Беларуси. Новые вакансии создаются за счет новых небольших фирм, а не за счет крупных устоявшихся компаний. Малый бизнес создает благоприятные условия для более эффективного функционирования крупных предприятий, обеспечивает широкие возможности выполнения субподрядных работ и всевозможных услуг в тех областях, где деятельность крупных организаций традиционно нерентабельна [3, с. 45].

Государственная поддержка предпринимательства в республике должна являться одним из наиболее важных и приоритетных направлений государственной экономической политики на период формирования рыночных отношений и должна стимулировать появление новых предприятий, а соответственно – и создание новых рабочих мест, способствовать снижению социальной напряженности.

Литература

1. *Германович Г., Пятинкин С.* Методологические и методические аспекты мониторинга поддержки и развития малого предпринимательства // *Финансы. Учёт. Аудит.* – 2003. – №8 – с. 30-32.
2. *Смолбоун Д., Слонимский А.* Барьеры на пути развития малого предпринимательства в Беларуси // *Белорусский экономический журнал.* – 2000г. – №1. – с. 71-79.
3. *Германович Г., Пятинкин С.* Малое предпринимательство в РБ: проблемы и перспективы // *Белорусский банковский бюллетень* – 2003г. – №7 – с. 45–50.

© БГЭУ

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН

И. Н. РУСАК, Г. А. КАНДАУРОВА

The author has made the analysis of the price forecasting methods. According to the results of the led forecasting calculation the many factors model was compiled. This model takes into account the price index of the industry production producers, price index for the production which agriculture concerns sell and money index. On the base of the foreign experience studying the approach for new production price forecasting was worked out.

This approach forms the alternative variants for the projection of new manufactured article. The main purpose is the economy of the expenditures on the initial phase of the new article creation

Ключевые слова: цена, индексы цен, цена новой продукции, прогнозирование цен

Цены в рыночных условиях являются основным индикатором состояния экономики, важнейшим регулятором общественного производства на всех уровнях управления, инструментом распределения ресурсов. Цена является одной из наиболее разработанных категорий, представляет собой денежное выражение стоимости товара.

Цены обслуживают все управление экономикой и играют активную роль в сферах микро-, макро- и интерэкономики. На микроуровне цена регулирует хозяйственную деятельность предприятия. На уровне интерэкономики в международной торговле цены в определенной степени определяют структуру мирового хозяйства, влияют на потоки экспорта и импорта.

В мировой практике в процессе прогнозирования цен используются методы экспертных оценок, параметрические методы, регрессионные модели, метод определения цен на основе безубыточности производства, индексный метод, метод формирования цен на основе издержек с ориентацией на спрос и конкуренцию.

В рыночных условиях особо важным является прогнозирование индекса потребительских цен, поскольку он характеризует инфляционные процессы, оказывает существенное влияние на издержки и конкурентоспособность продукции.

Результаты проведенных прогнозных расчетов в процессе исследования на ЭВМ с применением ППП «PER», «МНК-2», «МНК-3», «STATISTICA», средства MS EXCEL свидетельствуют о целесообразности прогнозирования индексов потребительских цен на основе многофакторной модели. Построенная модель учитывает следующие факторы: индекс цен производителей промышленной продукции; индекс цен на продукцию, реализуемую сельскохозяйственными предприятиями; индекс денежной массы.

Особо важным в современных условиях является прогнозирование цен на новую продукцию. Зарубежный опыт свидетельствует, что к разработке нового продукта и цен на новую продукцию целесообразно использовать итеративный подход, который обеспечивает поэтапное осмысление каждого нюанса, касающегося издержек, цен и конкурентоспособности продукции. Традиционная модель ценообразования «издержки + прибыль = цена» преобразуется в модель «цена – прибыль = себестои-