

особенностях потребительских свойств предлагаемой образовательной услуги определяется потолок устанавливаемой цены.

7. Корректировка цены услуги. В условиях инфляции вряд ли целесообразно делать стабильную цену за весь период обучения. Обычно срок действия фиксированной цены за обучение устанавливается не более года и корректировка цены производится в соответствии с действующим законодательством не может превышать 20% в год.

А.С. Зиятдинов

Российский государственный профессионально-педагогический университет

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

В настоящее время, на пороге вступления в ВТО, остро встал вопрос повышения конкурентоспособности продукции и предприятий. Западные конкуренты придут со своими правилами игры на рынке, с новыми идеями и стратегиями проникновения на рынок, с более экологичной, экономичной продукцией, а значит, российским товаропроизводителям станет всё сложнее бороться с ними и фирмы, которые не перейдут на новые технологии производства и оказания услуг, вынуждены будут уступить место более конкурентоспособным..

Важнейшим факторов конкурентоспособности (при безусловном соответствии потребительским свойствам) является привлекательная упаковка (внешний вид), позволяющая идентифицировать себя с нужным покупателю товаром. Не маловажным является эффективная реклама, возможно доведение до будущего потребителя информации о технологии производства, в каких условиях производится тот или иной товар.

Для предприятий сферы услуг препятствием к продвижению товара является грубость, не умение обслуживать, апатия по отношению к потенциальным покупателям, следовательно, потеря до 70% прибыли. Решить эту проблему можно путем тщательного отбора кадров, подготовки обслуживающего персонала, дальнейшего мониторинга работы персонала.

Е.С. Зраенко

Уральский государственный технический университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРИ ПРОГНОЗИРОВАНИИ ОБЪЕМА ПРОДАЖ

Прогнозирование объема продаж – одна из наиболее актуальных маркетинговых задач, решение которой необходимо в ряде хозяйственных ситуаций.

- анализ инвестиционного проекта, расчет срока его окупаемости, определение сегмента рынка, в который разумнее направить инвестиции, оценка рисков;
- осуществление закупок в нужном объеме и в нужное время;
- прогноз емкости рынка и доли компании на рынке;
- осуществление успешного соперничества с конкурентами;
- оптимизация размещения товаров на складе и осуществление более эффективного управления запасами;
- оценка эффективности расширения производства, реорганизации системы сбыта;
- прогноз финансовых результатов деятельности предприятия.