

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.

Для выработки алгоритма прогнозирования важно определить влияющие факторы: изменение условий на экономическом рынке страны или региона, в отрасли, в политике работы компании.

В литературе описано большое число методов прогнозирования объема продаж. К традиционным и широко используемым относятся методы экспертных оценок и казуальные методы. Но использование традиционных методов не всегда дает требуемую точность при решении крупномасштабных задач прогноза продаж. В последнее время для анализа сложных экономических процессов применяется имитационное моделирование – разработка и выполнение на компьютере программной системы, отражающей поведение и структуру моделируемого объекта. Инструментом моделирования в простейшем случае может являться MS Excel, в более сложных моделях необходимы специализированные пакеты, например, AnyLogic. Для получения качественного прогноза нужно собрать максимум информации об исследуемом процессе. Основой современного подхода к ее анализу являются технологии интеллектуального анализа данных – Data Mining и KDD – Knowledge Discovery in Databases. Data Mining - это обнаружение в исходных данных ранее неизвестных, нетривиальных знаний, описывающих новые связи между признаками. KDD включает в себя этапы подготовки данных, выбора информативных признаков, очистки данных, применения методов Data Mining, постобработки данных, интерпретации полученных результатов. Для использования интеллектуальных методов анализа информации строятся хранилища данных – систематизированная информация из разнородных источников. OLAP (On-Line Analytical Processing) является ключевым компонентом организации хранилищ данных. Эта технология основана на построении и визуализации многомерных кубов данных, что позволяет представить информацию для анализа в любом разрезе.

Отметим ряд проблем использования имитационного моделирования. Во-первых, это достаточно сложный инструмент, который требует привлечения высококвалифицированных специалистов и со стороны экономистов, и со стороны разработчиков программного обеспечения. Во-вторых, большое внимание должно быть уделено процессу валидации модели. В-третьих, большую роль играет предварительный статистический анализ факторов модели. В-четвертых, для того, чтобы полноценно проводить анализ риска проекта, необходимо включать модель в реальную учетную систему предприятия. Но именно этот инструмент является самым точным и достоверным при анализе бизнес-процесса, поскольку позволяет максимально приблизиться к реальным условиям функционирования экономической системы.

М.М. Зуева

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИЗНАКОВ РЕМЕСЛЕННОГО И ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

По Якобу (1990) производственное предприятие, производя вещественные блага, является либо добывающим, либо перерабатывающим, либо добывающим и перерабатывающим одновременно. Однако не все производственные предприятия можно однозначно отождествлять с промышленным предприятием. Общеизвестно, что в качестве признаков, определяющих именно промышленное предприятие, используют следующие:

- разделение труда и управленческих функций;
- высокая степень механизации;