

4. Менеджер по бронированию, осуществляющий бронирование номерного фонда отеля и иных гостиничных услуг. В его обязанности входит: оформление и подтверждение заявки; ведение документации по бронированию номерного фонда отеля и его услуг и подготовка отчетности.

5. Менеджер по продажам, осуществляющий поиск и заключение договоров преимущественно с корпоративными клиентами на реализацию номерного фонда отеля и иных гостиничных услуг, оказываемых отелем. Главная цель, стоящая перед менеджером по продажам — это клиентура, которую надо завоевать и сохранять в течение длительного времени [2, с. 149].

Можно выделить две категории специалистов по продажам: проактивные и реактивные менеджеры. Проактивные менеджеры — основа команды продаж, они приносят отелю новый бизнес, завоевывают рынок. Деятельность отдела продаж невозможна и без реактивных сотрудников, которые ведут работу внутри отдела, обрабатывают групповые заявки, занимаются организацией мероприятий, обеспечивают взаимодействие с другими службами отеля [3, с. 96].

Технологический комплекс процесса управления продажами представлен следующими элементами:

1. Определение целевых клиентов, определение стратегических и «поддерживающих» ниш, стратегии и тактики по выходу в новые ниши [4, с. 103].

2. Установление каналов распределения. Определение типов каналов распределения, сбор информации по посредникам и другим участникам каналов; установление потребностей, требований и условий сотрудничества.

3. Управление каналами распределения — планирование продаж по каналам и среди участников одного канала, разработка условий для каждого канала, создание системы стимулирования посредников. В этой же категории выделяются управление коммуникацией, т.е. систематический сбор данных и обмен данными с участниками каналов, контроль посредников (отслеживание стоимости и качества сервиса, оплат), оценка и корректировка работы участников канала, клиентской базы, условий и другое.

4. Организация отдела продаж и разработка его стратегии. Определение задач и функций, структуры и штата отдела, распределение функций между его сотрудниками и техническая поддержка отдела продаж.

5. Управление отделом продаж. Данная категория включает в себя планирование и контроль работы отдела продаж и его членов, подбор, наем и адаптацию новых сотрудников, их мотивацию и обучение. Также обмен опытом с другими подразделениями, оценку работы всего отдела и отдельных сотрудников, расчет стоимости продаж и регулирование издержек.

6. Выработка навыков персональных продаж и управления взаимоотношениями. Создание и применение системы поиска новых клиентов, развитие навыков эффективных продаж, повышение уровня сервиса и послепродажного ведения клиентов, учет и анализ персональных данных.

7. Анализ и корректировка системы продаж [5, с. 213].

**Заключение.** Успешная маркетинговая политика современных предприятий гостиничного хозяйства обуславливает рост уровня загрузки отелей и количества обслуженных потребителей, рост дохода, а также оптимизацию расходов. Таким образом, эффективность управления продажами, как неотъемлемой составляющей маркетинговой стратегии организации, является базисом успеха предприятий на динамично развивающемся рынке гостиничного хозяйства.

#### Список цитируемых источников

1. *Баумгартен, Л. В.* Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / Л. В. Баумгартен. — М. : Юрайт, 2019. — 338 с.
2. *Павленко, И. Г.* Влияние качества гостиничного сервиса на уровень удовлетворённости клиентов / И. Г. Павленко // Вестн. ОрелГИЭТ. — 2014. — № 1 (27). — С. 147—151.
3. *Скобкин С. С.* Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2017. — 218 с.
4. *Пилявский, В. П.* Современные особенности и тенденции развития отечественной сферы гостеприимства / В. П. Пилявский, И. Г. Павленко // Вестн. ОрелГИЭТ. — 2017. — № 3 (41). — С. 99—107.
5. *Медлик, С.* Гостиничный бизнес : учебник / С. Медлик, Х. Инграм ; пер. А. В. Павлов. — М. : Юнити-Дана, 2015. — 240 с.

УДК 330.4

**И. А. Клименков, А. Н. Брезина, Д. В. Лабун**

*Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь*

## **ПРОФЕССИЯ БИЗНЕС-АНАЛИТИК: СУЩНОСТЬ, НЕОБХОДИМОСТЬ, ТЕНДЕНЦИИ МОДЫ.**

**Введение.** Современная экономика, бизнес, наука и государственное управление требуют современного штата финансовых и бизнес-аналитиков, которые оказывают информационно-аналитическую поддержку и обосновывают управленческие решения. Информация справедливо рассматривается как конкретный

продукт и уникальный нематериальный актив, определяющий конкурентоспособность организации. Его наличие или отсутствие имеет решающее значение при переговорах или коммерческих сделках. Но получение информации — это только первый шаг, за которым следует ее анализ и извлечение необходимых данных. Вот почему сегодня анализ превратился в творческую управленческую деятельность. Его функции охватывают все области и бизнес-процессы: маркетинг, систему менеджмента качества, ассортиментные программы, инвестиции, управление персоналом, производственный и финансовый менеджмент.

Такая профессия как бизнес-аналитик является весьма высокооплачиваемой, престижной и перспективной. Поскольку для большинства сфер деятельности крайне важно получать свежие данные и делать на их основе важные выводы, то аналитики всегда востребованы на рынке труда и могут найти достойно оплачиваемую работу в самых разнообразных его сегментах. Подобные специалисты востребованы на крупных предприятиях различных отраслей — в основном, в банковском секторе, в строительстве, торговле и добывающей промышленности, а также в ИТ-компаниях и сфере консалтинга.

**Основная часть.** Бизнес-аналитик — это специалист, задачей которого является детальное изучение структуры бизнеса, выявление проблем и поиск путей их успешного решения.

Чтобы углубить это поле, необходимо вернуться к истории возникновения этой профессии и сферы в целом. Потребность в оптимизации и автоматизации бизнес-процессов возникла двадцать лет назад в Западной Европе и США. Глобализация и активное распространение цифровых технологий начали диктовать новые возможности для ведения бизнеса и создали нехватку квалифицированных специалистов, способных находить новые пути развития бизнеса.

Основная задача бизнес-аналитика — выявить бизнес-проблемы клиента и найти наиболее эффективное решение.

Работа бизнес-аналитика может включать в себя следующие этапы:

1. Выявление потребностей клиента, осознание проблемы, которую он желает решить.
2. Формулировка концепции решения самостоятельно или с помощью команды.
3. Формирование концепции в техническую миссию с конкретными требованиями к будущему продукту. Для этого используются различные методы бизнес-анализа — построение моделей процессов и структур, прототипов пользовательских интерфейсов, сценариев использования. При этом проводится точная оценка трудозатрат и рабочего времени.
4. Детализация каждого требования в виде спецификаций и многое другое [1, с. 135]. У бизнес-аналитика, как и у всех в организации, есть должностные обязанности. К ним относятся, например:
  - сбор, формализация и согласование потребностей с заказчиками;
  - сбор информации, описание и моделирование бизнес-процессов;
  - анализ эффективности и разработка предложений по оптимизации процессов;
  - разработка документации;
  - подготовка сравнительного анализа деятельности организации;
  - подготовка презентаций для руководства и клиентов.

Если говорить о тенденциях развития профессии бизнес-аналитика, то можно привести мнение профессионала в этой области. Аарон Виттенбергер (Aaron Whittenberger), бизнес-аналитик из Цинциннати (штат Огайо, США), консультант в области бизнес-анализа, имеющий 27-летний опыт в сфере бизнеса, один из ведущих специалистов по бизнес-анализу и сертификации профессионалов в области бизнес-анализа в Международном институте бизнес-анализа (ИВА) выделил несколько ключевых тенденций:

1. В перспективе востребованность бизнес-аналитиков будет возрастать, так как управление бизнесом становится все более сложным.
2. Бизнес-анализ продолжает превращаться в профессию с быстрым карьерным ростом.
3. Происходит все большее сближение профессий бизнес-аналитика, системного аналитика, организатора и контролера бизнес-процессов.
4. В малых и средних организациях бизнес-аналитики выполняют функции руководителей проектов.
5. Бизнес-аналитики будут играть решающую роль в обосновании решений и реализации инвестиционных проектов.

В ответ на эти вызовы современной экономики система высшего образования стимулирует университеты к созданию востребованных магистерских программ, обеспечивающих формирование у будущих кадров необходимых профессиональных компетенций — способность отбирать и консолидировать информацию, выполнять всесторонний экономический анализ проблемы, позволяющие обосновывать тактические и стратегические действия организации [2, с. 108].

Следует также отметить достоинства и недостатки этой профессии. Одним из основных преимуществ профессии бизнес-аналитика является креативность: нужно понять, что нужно клиенту, увидеть способы реализации идеи, придумать новые решения для развития бизнеса, решить, какие технологии будут использоваться в работе. Бизнес-аналитик — творческий человек в команде, потому что именно он передает требования от клиента разработчикам и должным образом их формализует. В то же время бизнес-аналитик должен уметь вежливо общаться с клиентом и разрешать конфликты, быть точным и внимательным к деталям, уметь представить проект на его завершающей стадии и иметь, как говорится, «на два шага вперед» [3, с. 205].

Также, преимуществом является возможность работать удаленно, что особенно актуально в текущей ситуации в мире. Еще один плюс - важность и значимость деятельности, поскольку именно результаты работы аналитика определяют ход проекта.

Среди основных недостатков — трудности в общении с заказчиком, когда невозможно передать хорошие идеи или мешают ограничения по времени и бюджету. Еще один недостаток— необходимость изучить большой объем информации за короткое время. Помимо непосредственного изучения своего проекта, бизнес-аналитик должен постоянно отслеживать возможное появление новых методологий, подходов и изучать базовые принципы новых платформ.

Сегодня аналитика считается очень специфической сферой, в которой могут работать люди с определенным складом характера и особым набором личностных параметров, знаний и навыков. Независимо от сфер профессиональной деятельности, необходимо собирать и анализировать данные, оценивать их и разрабатывать практические рекомендации по улучшению работы, исходя из текущего положения дел.

Для эффективной работы бизнес-аналитика эксперту необходимы:

- 1) знание методологии сбора, анализа и формализации;
- 2) знать предметную область для анализа;
- 3) понимание жизненного цикла программного обеспечения по различным методикам;
- 4) владеть основами программирования, тестирования, алгоритмов и экономики.

Также, как было сказано выше, человек должен обладать определенными личностными качествами, например: обладать аналитическим мышлением, легко разбираться в неизвестной сфере, уметь анализировать текущую ситуацию по сравнению с прошлым, уметь принимать решения, иметь отличные коммуникативные навыки, внимание к деталям, четко и ясно выражать свои мысли и многое другое. Работа проходит в условиях досконального изучения больших потоков информации, поэтому специалист должен быть педантичным, внимательным и скрупулезным, что позволит исключить многие ошибки, допущенные по неосторожности.

Условно аналитиков можно разделить на две категории: бизнес-аналитики и системные аналитики. В первую категорию входят специалисты выбранной предметной области, которые контролируют отдельные бизнес-процессы. Они могут занимать следующие должности: аналитик по рискам, бухгалтер-аналитик, финансовый аналитик, инвестиционный и прочие.

Системные аналитики работают в сфере информационных технологий. То есть это цифровые аналитики, среди которых, например, популярна веб-аналитика.

**Заключение.** Профессия «бизнес-аналитик» интересна тем, что всегда будет требоваться грамотный специалист этого профиля. В ближайшие несколько лет конкуренция будет небольшой, поэтому перспективы роста очень хорошие. Кроме того, идет активное развитие информационных технологий, внедрение инноваций на предприятиях, затрагивающих практически все сферы деятельности. Вероятность карьерного роста в этом направлении с необходимыми личными и профессиональными качествами весьма высока. Это мотивирует работать, быть эффективным на рабочем месте и повышать квалификацию, заниматься личностным развитием. Бизнес-аналитик — отличная возможность профессиональной реализации для тех, у кого аналитический склад ума, а также это интересная, разнообразная и к тому же высокооплачиваемая работа, что немаловажно.

#### Список цитируемых источников

1. Бариленко В. И. Основы бизнес-анализа: учебное пособие. / В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2014. — 272 с
2. Казакова Н.А. «Бизнес-аналитик» как современный востребованный профессиональный стандарт на рынке труда / Н. А. Казакова — Учет. Анализ. Аудит. — 2016; (2). — С. 106-113.
3. Бариленко В. И. Бизнес-анализ как важный вид консалтинговых услуг // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция — 2012. — С.202-207.

УДК 339

О. Н. Колодина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса», г.о. Тольятти, Российская Федерация

## ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТИТУТА ТАМОЖЕННОГО АУДИТА ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ

**Введение.** На современном этапе развития экономики в целом и таможенного дела в частности применение методов аудита при организации таможенного контроля является общепринятой практикой в странах ЕС и США, широко используется в Южной Корее, Японии и Китае. Одним из направлений развития та-