

будет минимальное значение суммы и модульной разницы ранговых мест:

$$\begin{aligned} M_a + M_c &\rightarrow \min \\ |M_a - M_c| &\rightarrow \min, \quad (4) \end{aligned}$$

где M_a , M_c — ранговые места значений комплексных показателей экономической и социальной эффективности кооперативной торговли.

Резюмируя, можно сказать, что предложенная методика определения обобщающего показателя и определения оптимального соотношения социальной и экономической сторон эффективности, на наш взгляд, применима не только для торговых предприятий потребительской кооперации. Она может быть использована в организациях торговли других форм собственности, которые имеют в своем составе структурные подразделения торговли (предприятия торговли) или на предприятиях торговли, где ведется раздельный учет по каждому магазину. Эту методику также можно использовать для оценки конкурентоспособности предприятий и организаций торговли.

О.П. Ефимова

Белорусский государственный экономический университет

Эффективность сферы услуг гостиничного комплекса

Как известно, рыночные отношения предполагают эффективную деятельность предприятий в условиях конкуренции. В городе Минске на сегодняшний день существуют конкуренция в сфере гостиничного бизнеса и общественного питания. Такие условия функционирования белорусских предприятий вызывают необходимость оценки их деятельности и поиск путей повышения эффективности. Поэтому актуальным является исследование этой проблемы.

Гостиничный комплекс “Минск” занимает два корпуса, гостиница имеет 394 номера на 771 место. ГК оказывает более 30 видов услуг посетителям и гостям столицы: прокат аудио- и видеоаппаратуры, экскурсионное обслуживание, организует прием туристических групп, бронирование билетов, обмен валюты, оказывает услуги парикмахерская, работает комплекс предприятий питания.

Исследования показывают, что гостиничный комплекс “Минск” является прибыльным, рентабельным предприятием. Из года в год растет реальная прибыль предприятия, увеличивается рентабельность. Рентабельность выручки составляет более 25 %, рентабельность капитала — 14 %. Финансовый анализ деятельности свидетельствует, что предприятие имеет устойчивое финансовое положение. Оно располагает значительными собственными средствами, имеет высокий уровень коэффициента покрытия (17,2 при норме 4). Коэффициенты ликвидности в два раза превышают оптимальные величины.

Важное значение в деятельности гостиничного комплекса отведено сфере питания. Комплекс торговли и общественного питания включает в себя ресторан, три буфета, два бара, магазин, мелкорозничную сеть.

Ресторан занимает довольно большую площадь – 333 м², однако число посадочных мест в нем в связи с низкой заполняемостью зала и повышением комфортности для посетителей сократилось со 159 до 120 мест. Недавно, после реконструкции первого этажа второго корпуса, открыто кафе, его зал рассчитан на 56 мест. В комплекс общественного питания входят также и бары. Так в помещении бывшей камеры хранения открылся бар и клуб “Адмирал” с игровыми автоматами. В настоящее время гостиничный комплекс продолжает капитальный ремонт второго ресторана. Эффективность деятельности общественного питания ГК характеризуется динамикой прибыли, ростом рентабельности. Ресторан гостиницы “Минск” участвует в формировании доходов и прибыли всего гостиничного комплекса. Доля ресторана в прибыли гостиничного комплекса составляет около 6 %, рентабельность оборота ресторана выше 3 %. Следует отметить, что товарооборот ресторана в сопоставимых ценах имеет тенденцию роста, при значительном удельном весе продукции собственного производства (64 %).

Вместе с тем можно сформулировать некоторые пути повышения эффективности деятельности гостиничного комплекса.

Целесообразно применение различных методов планирования и использование комплекса программного моделирования на ЭВМ, что позволит более правильно принимать стратегические решения по развитию гостиничного комплекса.

Необходимо проводить экономический анализ не только гостиничного комплекса в целом, но и его структурных подразделений, особенно актуальным представляется анализ эффективности общественного питания с применением современных методик.

Следует повысить значимость маркетинговых исследований и для этого необходимо привлечь на работу специалистов, которые будут проводить исследования по изучению спроса, изучать опыт работы конкурентов. Эти исследования позволят следить за внешней средой и координировать стратегию предприятия.

Для формирования спроса и стимулирования сбыта ресторану “Минск” можно порекомендовать активнее участвовать в ярмарках, выставках, практиковать приятные сюрпризы для посетителей (например, каждому 100 посетителю – бесплатное блюдо или напитки), предоставлять скидки постоянным посетителям, льготы при проведении мероприятий (например, при проведении банкетов для студентов-выпускников предоставлять скидки до 20–40 %).

Одной из проблем ресторана является отсутствие банкетного зала. Выходом из этого положения будет создание небольшого изолированного банкетного уголка.

Ресторану следует обратить внимание на режим работы, нужно сократить перерывы в работе, продлить работу в ночное время, особенно актуальным это является в праздничные дни.

Эффективность деятельности предприятия может повыситься, если активизировать рекламу. Так, можно установить рекламу на собственном автотранспорте, использовать рекламу в метрополитене, в качестве призов на конкурсах предоставлять бесплатное приглашение в ресторан. Следует оформить меню с фотографиями фирменных блюд. В магазине продо-

вольственных товаров в упакованный товар следует вкладывать рекламные открытки с видом ресторана, гостиницы, перечнем услуг, оказываемых предприятием. Необходимо активнее вести рекламу среди жителей города через рекламные листовки. Пользуясь своим месторасположением, можно поместить рекламу о гостинице и ресторане на железнодорожном вокзале, где ежедневно проходят огромные потоки людей.

Е.Р. Кадинова, преподаватель-стажер
Гомельский кооперативный институт

Совершенствование деятельности торгового предприятия в рыночных условиях (на примере торгово-розничного центра “Орбита”)

Розничная торговля располагает значительными ресурсами для осуществления своей деятельности. Их экономное и рациональное использование — обязательное условие эффективного функционирования торговли. Важными направлениями повышения эффективности торговли выступают: улучшение использования основных фондов и капитальных вложений, ускорение оборачиваемости оборотных средств, повышение производительности труда работников, совершенствование экономических рычагов управления.

Увеличение прибыли и рост рентабельности — главная задача, стоящая перед каждой торговой организацией, работающей в условиях хозяйственного расчета и самофинансирования.

Одним из решающих факторов образования прибыли является объем торговой деятельности торгово-розничного центра: чем выше сумма розничного товарооборота, тем больше и сумма прибыли. Необходимо улучшать структуру товарооборота, учитывая издержкоемкость, доходность и рентабельность отдельных товарных групп.

Здесь важную роль должны играть работники аппарата управления, так как в настоящее время деятельность торговых организаций зависит в первую очередь от деловых качеств работников аппарата управления, от стиля и методов их работы. Высокая теоретическая и практическая подготовка работников позволяет им принимать экономически обоснованные решения в торговой деятельности. Необходимо требовать от работников массовых профессий повышения активности при обслуживании покупателей, выполнения ими служебных обязанностей. Прирост объемных показателей в торгово-розничном центре должен достигаться за счет увеличения производительности труда.

Одним из направлений повышения эффективности торговой деятельности является более глубокое изучение и прогнозирование спроса населения, а также рынка товаров народного потребления и умелое использование этих данных в экономической работе. Это требует от работников знания современных научных методов изучения и прогнозирования спроса и умения пользоваться ими.

Основной и решающий путь увеличения прибыли и рентабельности — мобилизация внутрихозяйственных резервов за счет осуществления режима экономии, снижения издержек обращения. Основными направлениями экономии расходов в торгово-розничном центре могут быть: