

Если рассчитывать коэффициент загрузки номерного фонда, то он составит 0,73 (220 / 300). В то же время коэффициент фактического заполнения гостиницы 0,56 (45 / 80).

Дополняет вышеперечисленные показатели расчет коэффициента занятости гостиничных мест делением числа занятых гостиничных мест на число свободных гостиничных мест.

Учитывая важность коэффициента загрузки номерного фонда, предлагается определять его не только в целом по гостинице, но и по категориям номерного фонда (одноместных, двухместных, номеров повышенной комфортности и других номеров, имеющихся в гостинице). К важным оперативным показателям эксплуатационной программы также относятся среднее количество гостей на один проданный номер, средняя цена гостиничного номера, средняя цена одного гостиничного места, среднее время проживания гостя и др.

В рыночной экономике необходимо ежедневно учитывать и анализировать доходность гостиницы, поэтому предлагается определять доход номерного фонда на одного гостя, доход на одно гостиничное место, доход гостиничного комплекса на одного гостя, доход номерного фонда на одно место/сутки.

Анализ перечисленных показателей позволит оперативно оценить эффективность деятельности гостиницы, даст возможность определить проблемы и принять управленческие решения, направленные на достижение поставленных целей.

*Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРУКТУРЫ ТОРГОВОЙ СЕТИ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

В последние годы наметился рост доли организаций торговли и общественного питания в валовом внутреннем продукте. В связи с этим заинтересованность государства в увеличении масштабов торговой деятельности объективно обусловлена и находит отражение в Программе развития внутренней торговли Республики Беларусь на 2006—2010 гг., утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь 27.07.2006 г., № 941.

Развитие розничной торговой сети республики, как предусмотрено в Программе, будет осуществляться по двум основным направлениям: 1) укрупнение размеров магазинов за счет строительства гипер- и супермаркетов и торговых центров (к 2010 г. магазинов типа гипер- и супермаркет в Беларуси будет 116); 2) формирование системы «удобных магазинов», расположенных в радиусе пешеходной доступности и торгующих ассортиментом первой необходимости.

В соответствии с Программой для обеспечения системного подхода к строительству и размещению крупных торговых объектов разрабаты-

