

позволит значительно улучшить эффективность использования материально-технической базы. В данном случае целесообразно внедрение передвижного оборудования, позволяющего оперативно изменять свою расстановку в зависимости от сезонности спроса. Применение прогрессивных видов оборудования позволит, в свою очередь, значительно увеличить удельный вес торговой площади.

Повышению эффективности использования материально-технической базы будут также способствовать совершенствование режима работы предприятия, рациональное составление графиков сменности торгового персонала в соответствии с потоком посетителей. Режим работы предприятия следует приспособить к запросам покупателей, а графики сменности торгового персонала – к плотности потока покупателей. При этом совершенствовать режим работы необходимо не только за счет приспособления его к покупательскому потоку, но и путем управления этим потоком.

Направлениями улучшения материально-технической базы также являются: внедрение мероприятий НТП; внедрение прогрессивных технологий товародвижения; рост производительности труда; разработка рациональных схем торгово-технологических процессов; внедрение лизинга оборудования; обучение торговых работников в связи с применением нового оборудования; совершенствование методов стимулирования работников.

Важно отметить тот факт, что, несмотря на многообразие путей улучшения эффективности использования материально-технической базы, на практике применение их является довольно сложным и противоречивым процессом, требующим со стороны предприятия значительных усилий.

*А.М. Качаткова*, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГХ  
Научный руководитель – *А.В. Владыко*, канд. экон. наук

## **БІЗНЕС-ПЛАНАВАННЕ ГАНДЛЁВАГА ПРАЕКТУ, ЗМЕСТ І МЕТАДАЛОГІЯ РАСПРАЦОЎКІ**

Поспех заўсёды базіруецца на планаванні. Бізнес-план з’яўляецца першым дакументам любога бізнесу, гэта агульнасветлы стандарт прадстаўлення прапановы і праектаў. Сёння патрэба ў такім дакуменце з’явілася і ў нас.

Актуальнасць тэмы бізнес-планавання у тым, што бізнес-план з’яўляецца дакументам, пасродкам якога прадпрыемства даказвае эфектыўнасць плануемага праекта.

Бізнес-план – гэта дакумент, што апісвае ўсе асноўныя моманты (праграму дзеянняў) будучага камерцыйнага праекта: ад распрацоўкі стратэгіі і тактыкі паводзінаў прадпрыемства на рынку для дасягнення жадаемых мэтаў да вызначэння фінансавых рэзультатаў ад яго ажыццяўлення.

Пастанова Савета Міністраў Рэспублікі Беларусь ад 8 жніўня 2005 г. № 873 “Аб прагнозах, бізнес-планах развіцця і бізнес-планах інвестыцыйных праектаў камерцыйных арганізацый, што знаходзяцца пад кіраўніцтвам ці ўваходзяць у склад рэспубліканскіх органаў дзяржаўнага кіравання, іншых дзяржаўных арганізацый, падпарадкаваных Ураду Рэспублікі Беларусь, аблвыканкамаў і Мінскага гарвыканкаму” вызначае агульныя палажэнні, якія неабходна выканаць пры распрацоўцы бізнес-планаў: якія органы і асобы адказны за распрацоўку дадзенага дакумента, даюцца рэкамендацыі банкам, што фінансуюць плануемы праект, вызначаецца арганізацыя распрацоўкі бізнес-планаў, арганізацыя правядзення экспертызы, парадак узгаднення (абароны) і зацвярджэння бізнес-планаў і інш.

Пастанова Міністэрства эканомікі Рэспублікі Беларусь ад 30.10.2006 г. № 186 “Об утверждении рекомендаций по разработке прогнозов развития коммерческих организаций на пять лет и рекомендаций по разработке бизнес-планов развития коммерческих организаций на год” удакладняе і дэталізуе Пастанову Савета Міністраў ад 8.08.2005 г. № 873, устанаўлівае асноўныя падыходы да складання бізнес-планаў развіцця на год камерцыйных арганізацый, выдзяляе ключавыя этапы і паслядоўнасць правядзення даследаванняў, вызначае адзіныя падыходы да складу, зместу і афармлення указаных бізнес-планаў развіцця, што прадстаўляюцца ў адпаведнасці з заканадаўствам на разгляд органам дзяржаўнага кіравання, іншым дзяржаўным арганізацыям, падпарадкаваным Ураду Рэспублікі Беларусь. Дадзеныя Рэкамендацыі прадназначаны для забеспячэння метадалагічнага і метадычнага адзінства пры распрацоўцы бізнес-планаў развіцця камерцыйных арганізацый на год галін народнай гаспадаркі Рэспублікі Беларусь з улікам іх узаемасувязі і ўзаемадзеяння ў агульнай сістэме прагназавання сацыяльна-эканамічнага развіцця Рэспублікі Беларусь на справаздачны год.

Пастанова Міністэрства эканомікі Рэспублікі Беларусь ад 31 жніўня 2005 г. № 158 “Аб зацверджанні правіл па распрацоўцы бізнес-планаў інвестыцыйных праектаў” дакладна акрэслівае структуру такога віду бізнес-планаў. У склад бізнес-плана ўваходзяць: тытульны ліст, змест, апісальная частка бізнес-плана, дадаткі, даведачныя і іншыя матэрыялы, што падцвярджаюць зыходныя дадзеныя.

У адпаведнасці з загадам Міністэрства гандлю № 106 ад 29.09.05 дзяржаўныя гандлёвыя арганізацыі, што падпарадкоўваюцца Міністэрству гандлю, абавязаны штогод распрацоўваць бізнес-план сваёй дзейнасці, і таксама пры правядзенні мадэрнізацыі ці рэканструкцыі існуючага прадпрыемства неабходна яго распрацоўка. Персанальная адказнасць за распрацоўку і ўзгадненне бізнес-плана з Міністэрствам гандлю ўскладаецца на кіраўніка арганізацыі. Спецыяльна для арганізацый гандлю выданы

Галіновыя рэкамендацыі па распрацоўцы прагнозаў развіцця арганізацый на пяць год і бізнес-планаў іх развіцця на год, зацверджаны Загадам Міністэрства гандлю РБ 29.09.2005 г. № 106. Дадзены дакумент акрэслівае спецыфіку састаўлення бізнес-планаў у гандлі, вызначае ўсе пункты і паказчыкі, якія павінны быць адлюстраваны і прааналізаваны ў ім.

Гандлёвая арганізацыя ў сваім бізнес-плане павінна ахарактарызаваць як воптавыя, так і рознічныя рынкі. Вельмі шырокім будзе кола партнераў і пастаўшчыкоў прадпрыемства. У гэтым сэнсе чым больш пастаўшчыкоў падобных тавараў яно знойдзе, тым менш ўзровень рызыкі будзе мець. Асаблівую ўвагу неабходна ўдзяліць маркетынгу да следвання, а ў яго межах – цэнавай палітыцы прадпрыемства.

У гандлі не вырабляюцца новыя тавары, таму бізнес-план не будзе разглядаць пытанні, звязаныя з вытворчасцю тавараў, а значыць таксама і пастаўкай сыравіны, тэхналогіяй вытворчасці, сістэмамі кантролю якасці пры вытворчасці, пошукам рынкаў збыту, мадэрнізацыяй выпускаемага тавара і іншыя аспекты такога роду.

Гандаль аказвае паслугі па прадажы тавараў. Ён з'яўляецца звязуючым звяном паміж пастаўшчыкамі і спажывальцамі і ажыццяўляе цесны кантакт з кожным з гэтых бакоў. Таму на кожнага з іх павінна быць звернута дастатковая ўвага.

Даследаванне рынка гандлёвай арганізацыі з'яўляецца больш складаным і вуканакіраваным, чым любога вытворчага прадпрыемства, бо неабходна таксама ўлічваць асаблівасці той тэрыторыі, дзе размешчана прадпрыемства. Маркетынгавае даследаванне з'яўляецца адным з самых важных пытанняў любога гандлевага бізнес-плана, бо што б ні планавала зрабіць гандлёвая арганізацыя, нічога не будзе мець поспеху, калі гэта не будзе прывабна для пакупніка і ён не адрагуе тым, што стане траціць у дадзеным магазіне больш грошаў і раскажа сваім знаемым аб тым, што яго так прываблівае ў гэтым магазіне.

*О.К. Марчук, ФЭУТ, 4-й курс, гр. ДГТ  
Научный руководитель – А.И. Ерчак, канд. экон. наук*

## **ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ОСОБЕННОСТИ ЕЕ РАЗРАБОТКИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Предмет исследования – комплекс теоретико-методических и практических вопросов формирования ценовой политики и оценки ее воздействия на эффективность розничной торговли.

Целью работы является изучение формирования ценовой политики и ее влияние на конечные результаты хозяйственной деятельности.