

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО ТОВАРОБОРОТА ФИРМЕННОЙ ТОРГОВЛИ (НА МАТЕРИАЛАХ “ТОРГОВОГО ДОМА ГОРИЗОНТ”)**

Фирменная торговля является составной частью розничной торговой сети Республики Беларусь и насчитывает сегодня 2427 фирменных магазинов. Эти цифра сопоставима с количеством фирменных магазинов на территории всего Советского Союза в конце 60-х гг., которых насчитывалось тогда 2383. Данные о наличии предприятий фирменной торговой сети в Республике Беларусь свидетельствуют о неравномерности ее развития. Если с 1995 по 1997 г. наблюдается значительный рост количества фирменных магазинов по республике в целом, то с 1997 г. возобладала тенденция уменьшения фирменной торговой сети. В 1999 г. по сравнению с 1998 г. фирменная торговая сеть уменьшилась на 16,5 % и включала 726 фирменных магазинов. Причиной уменьшения фирменной торговой сети явилось несоответствие фирменных магазинов требованиям, предъявляемым к ним нормативными актами. В ходе проведения аттестации в 1999 г. были выявлены нарушения в деятельности ряда торговых предприятий, вследствие чего они были лишены статуса “фирменный магазин”.

Несмотря на неравномерное развитие фирменной торговой сети, наблюдается повышение удельного веса розничного товарооборота фирменной торговли в валовом объеме розничного товарооборота торговых предприятий города Минска до 9,2 % в 1999 г.

Основными тенденциями развития товарооборота “Торгового Дома Горизонт”, одного из крупных предприятий фирменной торговли, функционирующего с 1996 г. являются:

- 1) обеспечение роста товарооборота фирменного магазина с момента его открытия как в действующих, так и в сопоставимых ценах;
- 2) 1998 г. считается наиболее успешным годом в деятельности предприятия, поскольку был достигнут наибольший объем товарооборота по телевизорам в натуральном выражении — 25396 шт. При этом удельный вес товарооборота по телевизорам в общей структуре товарооборота составлял 90,6 %;
- 3) наибольшим спросом со стороны покупателей из 70 моделей телевизоров пользуются следующие: с кинескопом 54 см и 63 см по диагонали, (уд. вес 59, 14 %);
- 4) наблюдается снижение объема продаж черно-белых телевизоров с 844 шт. в 1999 г. до 541 шт. в 2000 г., что объясняется из-

меняющимися потребностями потребителей; 5) в 1999—2000 гг. очевидно снижение доли продукции учредителя в валовом объеме товарооборота до 89,7 %, (нормативное значение не менее 80 %); 6) запрет на продажу телевизоров за СКВ, введенный в 2001 г., ликвидировал рост валютной выручки, наблюдавшейся с августа 1999 г.

Таким образом, все тенденции развития розничного товарооборота свидетельствуют о влиянии политики государства в отношении фирменной торговли, государственного регулирования в отношении торговли в целом, а также политики учредителя.

Развитию розничного товарооборота “Торгового Дома Горизонт” будет способствовать обеспечение детализации отлаженной системы управления товарооборотом, которая характеризуется следующими составляющими: оценкой и прогнозированием конъюнктуры потребительского рынка; планированием объема и структуры реализации товаров; нормированием и планированием товарных запасов; планированием поступления и закупки товаров.

<http://edoc.bseu.by>

*Н.А. Ефимова,*  
студентка БГЭУ (Минск)

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА “ЮБИЛЕЙНЫЙ” И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ**

Эффективность гостиничного комплекса определяется как отношение результатов его деятельности к затратам, направленным на их достижение. Главной проблемой в оценке эффективности гостиничного комплекса является отсутствие разработанной системы оценочных показателей эффективности как сферы услуг в общем, так и гостиничного хозяйства в частности. Объектом исследования является республиканское унитарное предприятие “Гостиничный комплекс “Юбилейный”, которое предоставляет гражданам и гостям Республики Беларусь услуги по проживанию и широкий спектр дополнительных услуг (общественное питание, сауна, парикмахерская, банкомат, автостоянка и др.). Основным источником дохода гостиницы является предоставление номеров клиентам и оказание дополнительных услуг. На начало 2001 г. номерной фонд гостиницы состоял из 239 номеров на 345 мест, из которых 221 стандартный номер и 18 номеров (7,5 %) бизнес-класса, т.е. номеров повышенной комфортности. В состав гостиничного комплек-