

Исходя из этого, можно выделить следующие актуальные вопросы по развитию агроэкотуризма в Республике Беларусь:

1. Необходимость классификации агроэкоусадоб (по принципу отелей), исходя из условий обслуживания и т.п., с присвоением соответствующей категории;
2. Отсутствие единого нормативного документа или определённого единого перечня документов, регламентирующих деятельность агроэкоусадоб (в отношении техники безопасности, пожарной, санитарной безопасности и т.д.), что не позволяет хозяевам усадеб в полной мере выполнять требования, законодательства Республики Беларусь по соответствующим направлениям;
3. Необходимость обеспечения централизованного решения вопроса по постановке дорожных знаков (указателей) к агроэкоусадобам, ремонта подъездных путей и прилегающих к агроэкоусадобам дорог;
4. Необходимость определения на законодательном уровне возможности реализации хозяевами агроэкоусадоб рекламной, сувенирной продукции и т.д. без получения соответствующей лицензии, а также возможность размещения рекламы в средствах массовой информации за счет бюджетных средств;
5. Необходимость уделять большее внимание обучению хозяев агроэкоусадоб по различным вопросам в сфере сельского туризма;
6. Решение вопроса с требованием Постановления МВД Республики Беларусь от 01.07.2010г. №214 «О порядке предоставления гостиницам, санаторно-курортными и оздоровительными хозяйствами, осуществляющими оказание услуг в сфере агроэкотуризма, информации об иностранных гражданах и лицах без гражданства в орган внутренних дел», согласно которому субъекты агроэкотуризма должны уведомлять органы внутренних дел о пребывающих иностранцах, что существенно усложняет процедуру приема иностранных туристов;
7. Необходимость рассмотрения возможности приобретения за счет льготного кредита банка товаров иностранного производства даже при наличии производства таких товаров в Республике Беларусь.

Агроэкотуризм имеет все шансы помочь белорусской деревне и развить положительный имидж нашей страны, незаметной пока на мировом туристическом рынке. Однако такие положительные перемены возможны лишь в том случае, если агроэкотуризм станет полноправным сектором туристической отрасли.

УДК 658.5 : 677.024.57/.58 (476.5)

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»

*Кахро А.А., доцент,
УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Комплексный экономический анализ деятельности предприятия может включать различное сочетание используемых показателей в зависимости от поставленных целей.

На практике более целесообразно сочетать использование системы показателей оценки эффективности деятельности с расчетом обобщающих показателей.

В качестве обобщающих показателей оценки эффективности хозяйственной деятельности ОАО «Витебские ковры» могут быть рассчитаны следующие комплексные показатели [4]:

- показатель эффективности использования потенциала предприятия;
- показатель эффективности финансовой деятельности;
- показатель оценки трудовой деятельности;
- интегральный показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности;
- показатель темпа интенсивности развития предприятия;
- показатель темпа экономического роста предприятия.

По результатам анализа комплексных показателей можно сделать вывод, что такое предприятие, как ОАО «Витебские ковры», работает достаточно эффективно – интегральный показатель экономической эффективности хозяйственной деятельности в 2009 году по сравнению с 2008 годом увеличился на 7,8 %. Необходимо отметить, что показатель эффективности использования потенциала предприятия в 2009 году по сравнению с 2008 годом увеличился на 3,6 %, что свидетельствует о том, что предприятие эффективно использует свои ресурсы. Показатель эффективности финансовой деятельности в 2009 году по сравнению с предыдущим годом увеличился на 19,2 %, что также свидетельствует об эффективном использовании ресурсов данной организацией. Показатель оценки трудовой деятельности за анализируемый период увеличился на 2,1 %. Данное увеличение говорит о том, что на данном предприятии при увеличении производительности труда на 22,3 % происходит увеличение средней заработной платы на 20,3 %, что является положительной тенденцией.

Анализ также показал, что по предприятию наблюдается рост как количественных, так и качественных показателей. Поэтому необходимо выяснить в какой степени прирост объёма произведённой продукции (он увеличился на 22,4 %) был обеспечен за счёт интенсивных и экстенсивных факторов.

В качестве интенсивных факторов выступают повышение производительности труда работников предприятия и увеличение фондоотдачи [4].

Исследования показали, что прирост объёма произведённой продукции на 91,1 % достигнут за счёт интенсивных факторов.

Показатель темпа интенсивности развития предприятия в целом в 2009 году равен 62,6 %, а в 2008 году – 49 %. Можно сделать вывод, что предприятие развивается, и темпы интенсивности этого развития увеличиваются.

Необходимо отметить, что показатель темпа экономического роста предприятия в 2009 году составил 106,9 %, а в 2008 году – 97,9 %, т.е. наблюдается тенденция роста и развития предприятия.

При проведении комплексного экономического анализа широко используется матричный метод, при применении которого главное – выбрать исходные показатели. Так как цель анализа состоит в определении обобщающего показателя оценки экономической эффективности всей хозяйственной деятельности предприятия, то в совокупность исходных данных включаются все основные показатели, характеризующие ресурсы и затраты предприятия.

После выбора показателей необходимо построить матрицу, элементами которой являются относительные показатели, полученные путём деления данных каждого столбца на данные каждой строки. В первой строке каждой графы расположены соответствующие относительные показатели за 2008 год, во второй – за 2009 год, в третьей – значение индекса (темпа роста) соответствующего относительного показателя.

По индексам (темпам роста) относительных показателей, находящихся под диагональю матрицы, по формуле средней арифметической рассчитывается значение обобщающего показателя эффективности хозяйственной деятельности предприятия K_3 .

Значение $K_3 = 1,03995$ показывает, что в 2009 году по сравнению с 2008 годом эффективность хозяйственной деятельности ОАО «Витебские ковры» возросла на 3,99%.

Матричную модель можно разделить как по вертикали, так и по горизонтали на две части, выделяя затраты и ресурсы. Тогда поле под диагональю матрицы можно разделить на 12 зон, каждая из которых имеет своё экономическое содержание. Для каждой зоны можно рассчитать частный показатель, характеризующий отдельную сторону эффективности хозяйственной деятельности и являющийся частью обобщающего показателя эффективности. Каждый частный показатель эффективности определяется как арифметическая индексов соответствующей зоны.

Показатель K_1 характеризует прогрессивность изменения структуры ресурсов.

Так как значение $K_1 = 1,0567$, это свидетельствует о том, что в 2009 году по сравнению с 2008 годом эффективность использования ресурсов на ОАО «Витебские ковры» возросла на 5,67 %.

Показатель K_2 характеризует эффективность затратоёмкости ресурсов и он равен 1,0376.

Показатель K_3 характеризует прогрессивность изменения структуры затрат.

Значение показателя $K_3 = 1,0289$ показывает, что в 2009 году по сравнению с 2008 годом эффективность использования затрат на ОАО «Витебские ковры» возросла на 2,89 %.

Существует принцип, согласно которому между частными показателями эффективности должны соблюдаться определённые пропорции.

$$K_2 < K_1; K_3 < K_1.$$

Для ОАО «Витебские ковры»:

$$1,036 < 1,0567$$

$$1,0289 < 1,0567$$

Сопоставление коэффициентов K_1 и K_2 соответствует необходимой пропорции, так как для данного предприятия $K_2 < K_1$. Это позволяет сделать вывод о том, что на ОАО «Витебские ковры» соотношение темпов изменения отдельных видов ресурсов можно назвать оптимальным, а эффективность использования ресурсов растёт быстрее, чем их затратноёмкость. При сопоставлении коэффициентов K_3 и K_1 необходимо отметить, что на данном предприятии темпы роста эффективности использования ресурсов опережают темпы роста эффективности использования затрат.

Список использованных источников

1. Касаева, Т.В. Методические аспекты оценки эффективности бизнеса : монография / Т.В. Касаева, Е.Ю. Дулебо, Я.И. Муратова. – Витебск, 2010. – 138с.
2. Мерзликина Е.М. Оценка эффективности деятельности организации / Е.М. Мерзликина. – Москва : МГУП, 2004. – 90с.
3. Нехорошева Л.Н. Экономика предприятия : учебное пособие / Л.Н. Нехорошева [и др.] ; под общ. ред. Л.Н. Нехорошевой. – Минск : Вышэйшая школа, 2008. – 701с.
4. Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учебник / под общ. Ред. А.Н.Соломатина. – М. : ИНФРА – М, 2001. – 295с.

УДК 339.1

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОАО «ВЕСТА» НА ОСНОВЕ МЕРЧАНДАЙЗИНГА

**Квасникова В.В., доцент, Шавкоро А.А.,
УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь**

Конкурентоспособность и эффективность торговой организации во многом определяется способностью удовлетворять потребностям покупателей, которая зависит от эффективности мерчандайзинга. Одной из составляющих мерчандайзинга является планировка торгового зала. Изучение планировки торгового зала самого крупного магазина ОАО «Веста» № 142 (1766 м²) на основе коэффициентов эффективности размещения отделов и эффективности использования торговой площади свидетельствует о том, что его планировка не является оптимальной. Так, в торговом зале достаточно много «холодных зон» и по 25 товарным группам из 46 торговая площадь используется неэффективно. В связи с этим разработана новая планировка торгового зала магазина №142 ОАО «Веста» (рисунок).

Ценовая концепция магазина предопределила линейную расстановку оборудования.

Для ликвидации первой «холодной зоны», расположенной вдоль правой стены торгового зала, на входе предложено создать зону «акция» для продажи непродовольственных товаров со скидкой, а вдоль правой стены изменить расстановку оборудования. Устранение второй «холодной зоны» достигается за счет расположения в центре зала товаров, пользующиеся повышенным спросом у потребителей (собственная продукция, полуфабрикаты, сыры), а так же товаров, размещенных на оборудовании с использованием массовой выкладки (овощи, фрукты, напитки, соки).

В процессе перепланировки торгового зала магазина предусмотрено расширение прикассовой зоны, так как расстояние от узлов расчета до торцов стеллажей в 2,5 раза меньше норматива. Для этого устраняются проходы между стеллажами и создаются единые линейки оборудования. Кроме того, проведена корректировка размеров площадей, выделяемых под товарные группы: увеличены площади выкладки масла животного, мяса и птицы, яиц, сыров, при этом уменьшены площади под растительное масло, пиво, напитки, консервы.

В результате изменения планировки торгового зала магазина № 142 ОАО «Веста» увеличится его среднемесячный розничный товарооборот на 905 млн. руб., а годовой товарооборот организации в целом на 10864,824 млн. руб. или на 3,35 %.