

услуг, оказываемых предприятиями общественного питания. Сделаны определенные шаги по совершенствованию организации питания учащихся, студентов, рабочих производственных предприятий.

Проводимая приватизация в торговле сопровождается расширением типов предприятий питания, методов и форм обслуживания. Создание различных типов предприятий быстрого питания, комплексов быстрого обслуживания на промышленных предприятиях, в учреждениях предполагает существенное изменение номенклатуры использования технологического оборудования, глубокого обоснования выбора его типов.

Однако эти требования полностью не учитываются. Структура оборудования на ряде предприятий не соответствует технологии производства и реализации продукции. Перечень отдельных видов механического оборудования для большинства предприятий доготовочного типа рассчитан на традиционные методы работы, не учитывает специфику работы с полуфабрикатами, особенно высшей степени готовности.

Кроме того, на ряде предприятий массового питания все еще эксплуатируется энергоемкое, устаревшее, отработавшее свой ресурс тепловое, механическое и холодильное оборудование. Ранее разработанные нормативы оснащения предприятий не учитывают особенности новой, прогрессивной технологии, внедряемой на предприятиях заготовочного и доготовочного типов.

Одним из важнейших условий для внедрения прогрессивных технологий и повышения эффективности работы предприятий заготовочного и доготовочного типов является оснащение их современной техникой: аппаратами с точными технологическими параметрами, программным управлением, а также комплектом аппаратов для механизации комплекса операций данной технологической системы.

В целях более рационального оснащения предприятий техникой и интенсификации ее использования следует разработать нормы технического оснащения для новых типов предприятий быстрого питания.

В разработке и производстве новейших видов оборудования ведущее место должно быть отведено национальным НИИ и производственным объединениям "Белорусторгмаш", "Белтехнопрод" и др.

Л.В. Наумовец,
студент БГЭУ (Минск)

Особенности формирования доходов торгового предприятия в современных условиях

На величину валового дохода влияет большое число факторов: объем и ассортиментная структура товарооборота, уровень торго-

вых надбавок, звенность товародвижения, уровень закупочных цен, налоговая политика государства.

Проблемы формирования и пути роста валового дохода в современных условиях хозяйствования были рассмотрены на примере ТП ООО "Семела". ТП ООО "Семела" создано по решению общего собрания коллективов 1 августа 1992 г. на базе 4-х магазинов Советского райпищеторга. Общая торговая площадь ТП ООО "Семела" — 570 м², численность персонала — 126 человек. За 9 месяцев (январь — сентябрь) 1999 г. товарооборот вырос в действующих ценах в 3,92 раза, а в сопоставимых уменьшился на 6,14 %. Валовой доход в действующих ценах увеличился в 3,89 раза, а уровень уменьшился на 8,9 %. Издержки обращения в действующих ценах увеличились в 4,26 раза, а уровень их возрос в 1,08 раза. Фактором, определившим снижение уровня валового дохода, послужило *увеличение закупочной цены товара*: стремясь увеличить оборачиваемость (чтобы товары не залеживались и не обесценивались), предприятие уменьшало торговую надбавку. К примеру, предельная наценка на сырокопченую колбасу — 30 %, а предприятие устанавливало по 10—20 %, отсюда — снижение уровня валового дохода. Еще один фактор — *политика государства в отношении продажи социально значимых товаров* (хлеба, хлебобулочных изделий, молока и молокопродуктов), которая не позволяет делать наценку на них выше 10 %. В то же время транспортные расходы составляют 8 %, амортизация — 2 %, т.е. продажа этих товаров заведомо убыточна. Следующий фактор — *звенность товародвижения*: предприятие, стремясь расширить предлагаемый ассортимент продукции, заключает договоры с большим числом посредников, а не с прямыми поставщиками товаров. Посредники забирают свои 10 %, и предприятию остается 20 %, но оно, опять-таки в целях ускорения оборачиваемости, снижает уровень надбавки. *Снижение объема товарооборота* — также немаловажный фактор: в районе появилось большое число конкурентов, главный из которых — Комаровский рынок, а предприятием не проводились исследования с целью узнать цены и надбавки конкурентов.

В настоящее время перед ТП ООО "Семела" стоит задача использования комплекса маркетинга для лучшей организации своей деятельности. Для начала следовало бы провести комплексный анализ товарооборота за год, изучить объем поставки товаров разными поставщиками (по кварталам), на основании графиков выявить динамику. Полученные результаты подскажут, с кем заключать договоры — кто из поставщиков наиболее эффективно работает. Это поможет избежать недостатка товарных запасов. На основании ассортиментной структуры следует выявить, какие товары пользовались наибольшим спросом у населения, по данным статистики опреде-

лить, при каком объеме реальных доходов покупаются те или иные группы товаров, чтобы затем осуществлять предложение таких товаров и по такой цене, которые соответствовали бы реальным доходам (платежеспособному спросу) населения. Необходимо проводить рекламную кампанию (электронные вывески, целлофановые пакеты) для привлечения покупателей, имея в виду большое число близко находящихся конкурентов. С этой целью было бы разумно принять пониженные предельные наценки на отдельные виды товаров для скорейшей их реализации. Предприятие постоянно должно исследовать рынок поставщиков, чтобы приобретать разнообразный товар по наиболее низкой закупочной цене (используя не только государственных поставщиков, но и частные фирмы). Для этого следует постоянно участвовать в ярмарках, выставках товаров народного потребления, где есть возможность налаживания близких деловых контактов с поставщиками, непосредственного ознакомления с товарами.

Е.С. Озерная,
студентка БГЭУ (Минск)

О налоговой системе Республики Беларусь

Определение оптимального уровня и структуры налогов, выработка согласованной налоговой политики, вытекающей из основных принципов эффективного функционирования налогового механизма являются условием обеспечения государства необходимыми денежными средствами для финансирования социально-экономических программ и повышения жизненного уровня населения.

Как показывает мировой опыт, если уровень налогообложения превышает 35–37 % доходов, то это ведет не только к потере интереса к предпринимательской деятельности, но и к нарушению темпов расширенного воспроизводства, к спаду производства.

После введения в 1993 г. новой системы налогообложения общий уровень налоговой нагрузки составлял 39,3 % от ВВП, а с учетом отчислений в фонд социальной защиты — 49,6 %. В дальнейшем этот показатель постоянно снижался. За 9 месяцев 1999 г. налоговая нагрузка несколько возросла и составила 32 % (или 42,7 % с учетом ФСЗН), что несколько выше уровня предыдущего года (за 9 месяцев 1998 г. налоговая нагрузка была 31,4 %, а с учетом ФСЗН — 42,1 %). Этот рост во многом обусловлен повышением уровня рентабельности предприятий и соответственно увеличением поступлений по налогу на прибыль, доля которого в ВВП за 9 месяцев 1999 г. по сравнению с соответствующим периодом 1998 г. увеличилась с 4,3 % до 5,1 %.

272

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.
□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.