

## **МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Процесс формирования рыночных отношений предполагает создание соответствующего механизма хозяйствования, когда потребительский спрос становится регулятором производства, а хозяйственные связи между субъектами рынка строятся на договорной основе.

Усиливающаяся конкуренция позволяет выжить только тем организациям, которые постоянно обновляют и улучшают качество своей продукции, оптимизируют уровень издержек производства и обращения, регулируют свою деятельность в соответствии с потребностями клиентов.

Успешному функционированию организаций общественного питания способствует использование инструментов маркетинга. В результате обеспечивается:

- установление наиболее приемлемого местоположения предприятия;
- формирование обоснованной товарной и ценовой политики;
- продвижение услуг;
- организация высокой культуры обслуживания.

Для определения местоположения организации необходимо изучить потоки транспорта и пешеходов вблизи предприятия, проанализировать конкурентов и определить свою позицию по отношению к ним. Кроме того, необходимо сделать оценку потенциального радиуса охвата объекта общественного питания, удобство подъезда, наличия парковки.

При формировании товарной политики необходимо выявить спрос на услуги, провести анализ удовлетворенности покупателей предлагаемым ассортиментом, наметить новые товарные группы, отличающиеся от конкурентных, установить оптимальный уровень товарных запасов и организацию их складирования.

Формирование ценовой политики требует изучения цен на рынке, разработку системы скидок и бонусов, изучение возможностей организации отдельных акций.

Для большей привлекательности организации общественного питания необходимо сделать анализ особенностей психологического воздействия интерьера на посетителей и разработать соответствующие рекомендации. Важное значение имеет разработка фирменного стиля и формирование бренда.

Одним из факторов конкурентной борьбы является культура обслуживания посетителей, что предполагает быстроту обслуживания, высокую компетентность персонала, теплую, дружескую атмосферу, удобство расчетов для покупателя.

<http://edoc.bseu.by>

*Щукина Е.Г.*  
*УО БГЭУ (Минск)*

## **АНАЛИЗ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

9 марта 2007 года подписан Указ Президента РБ № 119 «Об упрощенной системе налогообложения». Документ предусматривает совершенствование порядка налогооб-

ложения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей – субъектов малого предпринимательства.

Указом определен круг субъектов предпринимательства, имеющих право применять упрощенную систему налогообложения, установлены размеры и порядок внесения налога в бюджет исходя из фактических размеров выручки.

Указом предусмотрено ежемесячное внесение налога в бюджет исходя из фактического размера выручки, полученной за месяц. Базовый размер ставки налога при упрощенной системе налогообложения – 10 %.

Субъектам, применяющим упрощенную систему налогообложения, предоставлено право уплачивать НДС в общем порядке с одновременным снижением в этом случае ставки налога по упрощенной системе до 8 %.

Указом предусмотрено установления пониженных ставок налога для организаций и индивидуальных предпринимателей, зарегистрированных и осуществляющих свою деятельность в сельских населенных пунктах, преобразованных в агрогородки, а также в поселках городского типа и городах районного подчинения с численностью населения до 50 тыс. человек.

Малые предприятия торговой отрасли, рассматривая возможность перехода на применение упрощенной системы налогообложения должны учитываться и анализировать величину налоговой нагрузки в различных налоговых режимах работы предприятий.

Обобщающие показатели налоговой нагрузки, исчисляемые как отношение налоговых платежей (начисленных или уплаченных) к сумме доходов от реализации и внереализационных доходов, более точно отражают долю налоговых изъятий в доходах торгового предприятия. Однако не дают прямого основания для определения или выбора системы налогообложения торгового предприятия. Более обоснованный результат дает определение налоговой нагрузки торгового предприятия, как соотношения суммы начисленных (уплаченных) налогов и сборов к товарообороту торгового предприятия. В этом случае результат расчетов напрямую будет свидетельствовать о целесообразности перехода к упрощенной системе налогообложения. Если полученный уровень налоговой нагрузки при применении общей системы налогообложения будет меньше 10 % – торговому предприятию целесообразно отказаться от применения упрощенной системы налогообложения.

При проведении своевременного расчета налоговой нагрузки, предприятия торговли получают реальную возможность мерами балансовой политики, выбрать наиболее экономический и целесообразный путь взаимоотношений с бюджетом по поводу налоговых платежей и отчислений

*Юркова И.Б., Чурило Л.В.  
УО БТЭУ ПК (Гомель)*

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОВ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ**

Одной из важнейших проблем в оценке эффективности используемых потребительской кооперацией методов розничной продажи товаров является множественность предлагаемых методик, каждая из которых имеет свои достоинства и недостатки.

Сложно отдать предпочтение тому или иному методу, поскольку у каждого из них есть свои преимущества и недостатки и все они в различной степени дают объективную