

говой организации ООО "КИКО Интернэйшнл" в 2004 г. составил 25,7 %, а в 2003 г. — 29,4 %. Налоги, сборы и отчисления, учитываемые в составе издержек обращения, выступают мощным фактором удорожания товаров, что ведет к трудностям сбыта, замедлению оборачиваемости капитала, уменьшению массы прибыли и другим негативным последствиям для торговых предприятий.

Последним, но не менее важным элементом налоговой нагрузки являются налоги и сборы, уплачиваемые из прибыли, или так называемые прямые налоги, устанавливаемые непосредственно на доходы и имущество и влияющие на объем получаемой торговой организацией чистой прибыли. Удельный вес налогов, уплачиваемых из прибыли в общей структуре налоговых платежей внешнеторговой организации ООО "КИКО Интернэйшнл", в 2004 г. составил 5,9 % и по сравнению с 2003 г. уменьшился на 2,8 процентных пункта.

Сложившаяся налоговая система Республики Беларусь формирует достаточно высокий уровень налогообложения хозяйствующих субъектов. Например, реальная налоговая нагрузка на торговую организацию ООО "КИКО Интернэйшнл" в 2004 г. составила 33,5 % и по сравнению с 2003 г. снизилась на 1 процентный пункт. Главной причиной такого изменения стало снижение ставки налога на добавленную стоимость с 20 до 18 %, а также совокупной ставки по оборотным налогам с 4,5 до 4,15 %.

Таким образом, вопрос о налогообложении является очень острым и именно поэтому первоочередная цель любого современного государства, в том числе и Республики Беларусь — создание оптимального уровня и структуры налогов, а также выработка стройной, рациональной, обоснованной и эффективной налоговой политики.

Н.С. Губский

БГЭУ (Минск)

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Предпринимательская деятельность торговой организации является эффективной, когда реализуемый товар находит спрос на рынке, а удовлетворение определенных потребностей покупателей благодаря приобретению данного товара приносит прибыль. Для того чтобы реализуемые товары всегда имели спрос, необходимо осуществлять множество предпринимательских и маркетинговых решений. Товарная политика является ядром маркетинговых решений, вокруг которого формируются другие решения, связанные условиями приобретения товара и методами его продвижения к конечному покупателю. В связи с этим большое значение приобретает определение оптимальной номенклатуры реализуемых товаров, которая должна исходить с позиций минимизации затрат на реализацию и максимизации полезности товаров для

потребителей. Разумеется, товарную политику невозможно отделить от реальных условий деятельности торговой организации. Как показывает практика, торговые организации, находящиеся примерно в одинаковых экономических условиях, по-разному решают свои товарные проблемы: одни продолжают проявлять неумение и не внедряют ничего нового в своей деятельности, другие, следуя принципам и методам маркетинга, находят перспективные пути развития.

На данный момент очевидно, что проведение эффективной товарной политики торговой организации связано с двумя крупными проблемами. Во-первых, фирма должна рационально организовывать работу в рамках имеющегося ассортимента товаров с учетом стадий его жизненного цикла. Во-вторых, заблаговременно осуществлять разработку новой ассортиментной линии для замены товаров, спрос на которые является нерегулярным или отсутствует вообще и продажа этого товара не приносит прибыли. Среди основных целей товарной политики можно выделить следующие: обеспечение преемственности решений и мер по формированию оптимального товарного ассортимента; целенаправленная адаптация ассортиментного набора к требованиям рынка.

В настоящее время выделяют следующие составляющие формирования ассортимента торговых организаций: определение текущих и перспективных потребностей покупателей; анализ особенностей покупательского поведения на конкретном сегменте рынка; решение вопросов расширения или сужения ассортимента; оценка и пересмотр всего ассортимента; рассмотрение предложений о создании новых методов реализации товаров; предварительная оценка финансовых результатов.

Каждая торговая организация должна иметь и постоянно совершенствовать товарную политику, что позволит ей обеспечить устойчивую структуру ассортимента, бесперебойный сбыт и стабильную прибыль, необходимые факторы успеха в жестких условиях рыночной конкуренции. Отсутствие товарной политики приводит к неустойчивости ассортимента вследствие воздействия случайных факторов, потере контроля над конкурентоспособностью и коммерческой эффективностью торговой организации.

В торговле Республики Беларусь обеспечен высокий рост общего объема товарооборота. Однако финансовое положение торговых организаций сложное. Во многом это обусловлено тем, что ассортиментная структура не в полной мере удовлетворяет интересы покупателей. В связи с этим для всех организаций торговли необходим стратегический подход к решению задач товарной политики.

□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□.

□□□□□□□□□□.

□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□

□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□□.

БДЭУ Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
БГЭУ Белорусский государственный экономический университет. Библиот.

BSEU Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

elib@bseu.by