

тавить финансовый поток у себя и пустить его на развитие именно туризма. Только такой подход даст возможность развиваться отрасли, обеспечивая гражданам Беларуси возможность получать полноценный отдых в течение всего года.

Аналогично и для въездного туризма. Только логистическая система, учитывающая интересы всех участников, позволит быстро развить эту сферу деятельности в Беларуси, избегая ошибок и ненужных затрат.

С.П. Гурская, канд. экон. наук

БТЭУ ПК (Гомель)

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Рыночная экономика (даже на первых этапах ее становления) не обходилась без вмешательства государства. Только при оптимальном сочетании рыночных и государственных методов регулирования и повышения уровня управляемости производственными силами на макро- и микроуровнях можно обеспечить устойчивый рост экономики и приспособление существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям.

Прежде всего это касается торговой деятельности, что вполне закономерно. Ведь торговля является одной из важнейших сфер деятельности, в которой пересекаются интересы многих отраслей, предприятий и организаций, обслуживающего населения.

К наиболее значимым задачам государственного регулирования деятельности торговых организаций следует отнести:

- принятие законодательных документов и нормативных актов, контроль за их исполнением, обеспечивающих правовую основу и защиту интересов организаций;
- регулирование предложения путем повышения эффективности отечественного производства и гарантированного сбыта продукции (использование государственного заказа, квотирования);
- создание условий для свободной и добросовестной конкуренции на рынке, а также формирование прозрачных каналов товародвижения;
- ослабление прямых форм вмешательства и бюрократического контроля за деятельностью субъектов торговли;
- контроль за соблюдением норм трудового законодательства и регулирования частного найма, порядка оплаты труда.

К *регулируемым параметрам хозяйственной деятельности* относят: предварительный контроль за созданием субъектов предпринимательской деятельности и их государственную регистрацию; установление организационно-правовой формы организаций; лицензирование розничной и оптовой торговли и торговли отдельными видами товаров; проведение единой государственной торговой политики и управления внешнеэкономической деятельностью; установление единых правил торговли на внутреннем рынке; обеспечение и защиту прав потребителей; стандартизацию, сертификацию и гигиеническую регистрацию товаров, их экспертизу; формирование товарных ресурсов; регулирование договорных отношений, связанных с закупкой, поставкой и реализацией централизованно распределяемых товаров; финансовое, налоговое, кредитное и ценовое регулирование; ведение официального бухгалтерского и статистического отчетов; проведение проверок (ревизий) со стороны уполномоченных государственных органов.

К *оперативно-хозяйственным параметрам хозяйственной деятельности, устанавливаемым торговыми организациями самостоятельно*, относятся: разработка устава организации; установление режима работы; проектирование организационной структуры управления; кадровое обеспечение; бизнес-планирование; планирование конечных результатов деятельности; установление надбавок, скидок; поиск, выбор и установление хозяйственных связей с наиболее выгодными поставщиками; формирование торгового ассортимента; организация процесса товародвижения; управление товарными запасами; распределение доходов; мотивация труда наемных работников; оценка конкурентоспособности организации.

В целом такое комплексное взаимодействие методов государственного воздействия и правильное использование механизма принятия оперативных решений способно привести к сбалансированному экономическому росту субъектов хозяйствования, а в будущем следует осуществить полный отказ от управления торговыми организациями и перейти к управлению лишь торговыми процессами.

И.И. Гуторова, аспирант

БТЭУ ПК (Гомель)

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Необходимость маркетинга в ресторанном бизнесе обусловлена специфическими особенностями той ценности для потребителя, ко-