

ла действий) связано с решением конкретной задачи (определенным объемом работ).

В политике фирмы определяется, что надо делать, в процедуре управления говорится, кто, что и когда должен делать, а в технологической инструкции описывается, как сделать то, что предписано политикой фирмы и процедурой управления.

Филиппович Е. С., БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

В последнее время все более остро встает вопрос о результативности проведения контроля за деятельностью субъектов хозяйствования и, в частности, основного вида контрольных мероприятий – проверок полноты уплаты и своевременности налоговых платежей. Одним из показателей, характеризующим эффективность контроля, является соотношение объема допричисленных по результатам проверок налоговых платежей к количеству проверенных плательщиков.

Судя по отчетам о контрольной работе, в контрольной деятельности сохраняются тенденции на снижение количества проверок субъектов предпринимательской деятельности и повышение результативности контрольных мероприятий при соблюдении одного из важных условий налогового администрирования – снижения затрат по обеспечению полноты поступлений налоговых платежей в бюджет.

Перед налоговыми органами стоят задачи по выработке нестандартных решений, способствующих повышению эффективности контрольной работы.

Начальным этапом реформирования является усиление аналитической работы, предшествующей разработке и утверждению планов проверок. Следующий этап повышения эффективности контроля заключается в разработке укрупненных базовых показателей оценки предпринимательской деятельности субъектов хозяйствования, при соблюдении которых регулярные проверки можно проводить результативнее и с большими временными интервалами. После опробирования результатов применения этих показателей в контрольной деятельности следует внедрить в практику доведение их до широкого круга налогоплательщиков. Развитие самоконтроля субъектов хозяйствования за соблюдением рекомендуемых государством нормативных показателей способно значительно сократить расходы на контрольную деятельность и, при наличии благоприятной среды для расширения бизнеса, способствовать становлению налоговой культуры плательщика.

Флерко С. Л., БГЭУ (Минск)

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА

Развитие рыночных отношений вынуждает производителя контролировать положение своих товаров на рынке, обеспечивая им необходимый уровень конкурентоспособности.

Методы оценки уровня конкурентоспособности товаров можно классифицировать по следующим признакам:

- области применения;
- стадии определения;
- источники получения информации и состав проводимых операций.

По области применения различают методы определения фактической и потенциальной конкурентоспособности товаров.

По стадии определения выделяют виды оценки конкурентоспособности в зависимости от стадий жизненного цикла продукции: предпроектная, проектная, готового изделия, рыночная, потребителями.

Методы оценки конкурентоспособности в зависимости от источников получения информации и состава проводимых операций подразделяют на две группы: аналитико-эвристические и операционные. Первая группа включает экспертные, расчетно-инструментальные, социологические и комбинированные методы. Во вторую входят дифференциальный, комплексный и смешанный методы.

Приведенная классификация в известной мере условна в силу того, что используемые на практике методы оценки конкурентоспособности товаров могут учитывать одновременно несколько подходов.

Наибольший интерес представляют методы определения фактической и потенциальной конкурентоспособности товаров.

Фактическая оценка конкурентоспособности дается потребителем в процессе купли-продажи.

В управлении хозяйственной деятельности важна оценка потенциальной, расчетной конкурентоспособности изделий еще до их поставки на рынок. Именно расчетная, потенциальная конкурентоспособность является основой для создания новых изделий, обоснования требований, закладываемых в техническое задание на их разработку и в соответствующую нормативно-техническую документацию, принятия решений о необходимости доработки, модернизации или снятия продукта с производства. Умение оценивать потенциальную конкурентоспособность выпускаемых и, тем более, вновь разрабатываемых товаров позволяет избежать возможных просчетов в реализации маркетинговой стратегии и обусловленных ими потерь. Потенциальная конкурентоспособность определяет исключительно качественными и экономическими показателями. Это обстоятельство приводит к тому, что многие детерминируют конкурентоспособность как качество товара. Для оценки потенциальной конкурентоспособности предлагается ограничиться оценкой технического уровня и качества изделия. Недостатком данного метода является ограниченность взгляда на проблему. На самом деле конкурентоспособность и качество товаров – категории хотя и взаимосвязанные, но не тождественные. К недостаткам данного метода можно отнести то, что использование оценки соответствия показателей товара показателям конкретной потребности на практике связано с рядом трудностей. К числу последних можно отнести ограниченность доступа к достоверной информации о конкретной потребности потребителя.

Это объясняется, во-первых, тем, что потребитель при выборе товара не всегда устанавливает четкие границы потребности. Во-вторых, не каждый потребитель может сформулировать весь перечень показателей, которыми должен характеризоваться товар.

Фурс И. Н., Коляда Е. В., БГЭУ (Минск)

ОПТИМИЗАЦИЯ КОМПОЗИЦИОННЫХ СМЕСЕЙ НА ЗЕРНОВОЙ ОСНОВЕ

Рынок пищевых продуктов требует от производителей выпуска продукции высокого качества, с приемлемой для населения ценой и функциональными свойствами.

В Республике Беларусь программа в области здорового питания до 2005 года, затрагивающая все сферы деятельности человека, связанные с выращиванием, производ-