

вержденной приказом Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 5 августа 1998 г. № 188. Согласно п. 1.4 и 1.6 данного нормативного документа в розничный товарооборот включается стоимость стеклянной посуды, проданной населению с товаром, за вычетом стоимости возвращенной населением порожней стеклянной посуды, а также стоимости стеклопосуды, принятой от населения в обмен на товар. Цены на залоговую стеклянную тару утверждаются постановлениями Министерства экономики Республики Беларусь. При этом торговые предприятия должны производить переоценку остатков тары и разность относить на результаты хозяйственной деятельности с налогообложением согласно действующему законодательству.

В настоящее время в торговле наблюдаются трудности с оборотом стеклянной тары. Эти проблемы вызваны следующими причинами:

- обильный импорт продукции в стеклянной таре при невывозе порожней тары за пределы республики;
- ввоз дешевой стеклотары на белорусский рынок с территорий некоторых стран СНГ и Прибалтики, отказавшихся от системы залоговых цен;
- отказ пищевых предприятий от приема стеклотары от торговых организаций сверх установленных норм.

Для выхода из сложившейся ситуации возможен постепенный отказ от системы залоговых цен на стеклянную тару и прием тары по свободным ценам с последующей сдачей ее на переработку. Целесообразность такого выхода подтверждается опытом развитых европейских стран, практикующих свободное ценообразование на стеклянную тару и рассматривающих тару как самостоятельный товар.

Е.О. Старовойтова
БГЭУ (Минск)

<http://edoc.bseu.by>

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ТРАНСФОРМИРУЕМОЙ ЭКОНОМИКЕ

В условиях развития рыночной экономики, формирования новой структуры собственности, изменения структур управления предприятиями особые трудности вызывает реформирование социально значимых отраслей народного хозяйства. Остаются малоизученными многие социально-экономические проблемы развития сферы услуг, особенно касающиеся функционирования отрасли общественного питания, тогда как научные исследования и практика свидетельствуют о заметном возрастании ее роли в жизни общества. Общественное питание по частоте пользования услугами занимает одно из ведущих мест среди отраслей сферы услуг и сегментов индустрии гостеприимства. Между тем уровень развития общественного питания не удовлетворяет возрастающим потребностям населения всей страны и отдельных областей.

В настоящее время эффективному функционированию предприятий массового питания препятствует ряд вопросов, среди которых можно выделить следующие:

- несовершенная система управления отраслью общественного питания;
- несоответствие уровня материально-технического оснащения пред-

приятий питания современным требованиям; низкий уровень механизации и автоматизации предприятий;

– снижение уровня производительности труда работников отрасли; низкий уровень профессионального мастерства специалистов общественного питания;

– снижение культуры обслуживания потребителей и качества продукции собственного производства предприятий общественного питания;

– падение спроса на услуги высококатегорийных предприятий питания;

– недостаточное использование методов и приемов маркетинга в деятельности предприятий;

– недостаток собственных оборотных средств, высокая стоимость кредитных ресурсов;

– несовершенство законодательства в области ценообразования в общественном питании и др.

Для дальнейшего эффективного развития общественного питания самыми необходимыми действиями на уровне государства являются: создание системы управления отраслью, при которой сформируются условия для полной свободы хозяйствования предприятий независимо от их форм собственности; совершенствование налоговой и кредитной политики, политики ценообразования в области общественного питания; ускорение процесса реформирования собственности путем устранения бюрократических препятствий; повышение уровня благосостояния населения. Стабилизация финансового положения в отрасли зависит и от деятельности каждого конкретного предприятия питания. На практике необходимо внедрение новых технологий производства; модернизация форм организации массового питания (создание централизованных заготовочных предприятий, ассоциаций предприятий питания); расширение области применения методов маркетинга в деятельности предприятий; использование новых методик для обучения и повышения квалификации персонала; наращивание объёмов и повышение качества продукции собственного производства; оказание дополнительных услуг населению; внедрение и развитие на предприятиях прогрессивных форм обслуживания потребителей (быстрое обслуживание, кейтеринг); изучение и применение на практике зарубежных методов работы, способов ведения и форм организации бизнеса и др.

Грамотное сочетание действий государства и предприятий по оздоровлению отрасли позволит повысить эффективность общественного питания и вывести его в будущем на качественно новый прогрессивный уровень.

Т.Н. Сырод, Л.В. Мисникова
УО БТЭУПК (Гомель)

БОНУС И УЧАСТИЕ В ПРИБЫЛИ

В научной экономической литературе, затрагивающей опыт мотивации труда в экономически развитых странах, активно используется категория “бонус”. В чем сущность этой категории, а также каким образом осуществляется мотивация посредством использования бонусов?

Современные экономические словари определяют бонус как дополнительное вознаграждение, поощрение, надбавку к выплате, премию.