

- собирать техническую, экономическую и коммерческую информацию;
- наблюдать за поведением конкурентов;
- пропагандировать имидж предприятия.

После закрытия выставки выполняются следующие работы:

- анализ контактов, осуществленных в период работы выставки;
- проверка результатов участия;
- составление отчета об участии.

Особое внимание необходимо обратить на проверку результатов участия в выставке. Для этого необходимо определить:

- экономическую эффективность результатов участия;
- степень достижения целей участия по направлениям маркетинга;
- количественный и качественный состав посетителей, которых удалось привлечь на стенд;
- эффективность работы персонала выставки.

Экономическая эффективность определяется путем подсчета объемов продаж или количества заключенных договоров.

Степень достижения целей может быть оценена в процентах на основе опроса всех участвующих в подготовке и проведении выставки.

Для количественной и качественной характеристики посетителей их можно разделить на 3 категории: действующих клиентов, утраченных и новых. Кроме того, каждый контакт может быть оценен определенным числом баллов.

Соблюдение требований комплекса маркетинга позволит повысить результативность участия в выставках, избежать ошибок и проблем в процессе их организации.

Н. С. Юрасова

*Белорусский государственный
экономический университет*

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Предприятие, осуществляющее свою производственную и коммерческую деятельность, становится субъектом рынка и вступает в отношения, с одной стороны, с органами государственной исполнительной власти — налоговой инспекцией, органами контроля, государственными территориальными учреждениями и т. д., а с другой стороны — с предприятиями и организациями-партнерами: поставщиками, потребителями, финансово-кредитными учреждениями, предприятиями, ведущими совместную деятельность и т. д.

Предприятия в условиях рыночной экономической системы испытывают ежедневный стресс как со стороны конкурентов в борьбе за новых покупателей, за новые рынки сбыта, за качество выпускаемой продукции, так и со стороны государства в виде налоговых платежей. Удельный вес налогов с предприятий в бюджете Республики Беларусь составил: в 1992 г. — 19 %; 1993 г. — 17 %; 1994 г. — 19 % и в два последующих года — 15 %. В странах ОЭСР этот показатель равен 6-8 %.

Разрабатываемый в Республике Беларусь Налоговый Кодекс предоставляет налогоплательщикам определенные возможности для оптимизации значительной части причитающихся с них платежей. Свидетельством практического применения разработок Налогового кодекса является Закон Республики Беларусь “Об упрощенной системе налогообложения для субъектов малого предпринимательства для субъектов малого предпринимательства на 1998 год” и разработанные к нему методические указания. По предварительной оценке общие налоговые поступления в республиканский и местные бюджеты составят менее 30 % ВВП.

Очевидна необходимость создания такого налогового законодательства, чтобы оно было согласовано с законодательством Российской Федерации. Этот аспект учтен в проекте нашего Налогового кодекса, в основу которого положен российский. Но существует ряд объективных факторов, которые необходимо учитывать в процессе такого согласования. В России определена трехуровневая административно-бюджетная система (государственный, региональный и местный), а в Беларуси — двухуровневая (государственный и местный). Различны также и базовые ресурсы, на которые опирается экономика страны. В связи с этим необходимо применять опыт других стран, но с обязательной корректировкой на существующие условия.

А. Ю. Яковенко

Полоцкий государственный университет

СТРАТЕГИЯ ПОВЕДЕНИЯ РУКОВОДИТЕЛЯ — ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭФФЕКТА ПРИНИМАЕМЫХ РЕШЕНИЙ

Каждый из нас, находясь на своем рабочем месте, использует информацию, полученную из наблюдений как за своим собственным поведением, так и за поведением других. Именно эта информация помогает определить ситуацию и выбрать наилучший способ решения проблемы.

Так как мы слишком чувствительны к сложным сигналам (особенно исходящим от тех, кто на нас имеет влияние), информация поступившая от руководителя может стать решающей переменной для определения стиля поведения и расстановки приоритетов в каждой конкретной ситу-

ации. То есть руководитель рассматривается подчиненным как генератор сигналов, сознательно или несознательно посылающий сообщения посредством слов или действий. Эта роль дает руководителям возможность помочь подчиненным сфокусировать внимание на соответствующих аспектах рабочего окружения, увидеть события определенным образом и способствовать интерпретации ими этих событий.

Традиционная концепция базируется на формальной власти руководителя, а символическая основана на действиях, влияющих на поведение людей, и ощущении ими их поступков. Например, если руководитель принимает решение о перераспределении финансовых ресурсов, объемов работ или изменении обязанностей подчиненных, действие выполняется. Было ли решение верным или нет, важно понять, что чувствуют подчиненные. Время покажет, было решение успешным или нет, но его интерпретация может иметь значительное воздействие на процесс реализации и последствия.

Символический подход к управлению требует обеспечения ясного видения целей подразделений каждым работником, абсолютной определенности слов и действий для минимизации противоречий в интерпретации путем использования соответствующих языка, символов и устройств при передаче информации, разработки систем оценки и распознавания внутренней ценности работы.