

ционную активность предприятий с помощью общих и индивидуальных налоговых льгот, направленных на поддержку отечественных производителей и повышение конкурентоспособности продукции.

Для усиления заинтересованности предприятий и холдинговых структур в инвестициях необходимо:

обосновать способы начисления амортизации основных производственных фондов и механизм ее индексации в условиях инфляции;

предоставить возможность предприятиям самостоятельно устанавливать нормы амортизационных отчислений для активной части основных фондов, которые не более чем в два раза превышали бы нормативные. При этом следует предусмотреть целевое расходование этих средств в установленные сроки;

включить в облагаемую базу налога на недвижимость полностью самортизированное имущество, приняв его стоимость для исчисления данного налога в размере 10 % от первоначальной (восстановительной). Это позволит нацелить предприятия на обновление основных средств и списание (реализацию) ненужного оборудования;

предоставлять льготы по прибыли, направленной на развитие и расширение производства, вне зависимости от использования амортизационного фонда.

*А.П. Гумеников*  
Гомельский кооперативный институт

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

Результаты анкетного опроса 958 городских жителей, проводившегося в феврале-марте 1999 года в городе Гомеле, позволили выявить некоторые особенности восприятия покупателями отдельных сторон торговой деятельности розничных предприятий. В предлагаемой анкете покупателям предлагалось оценить важность каждого из 20 элементов, составляющих качество торгового обслуживания, по 4-х бальной шкале: от 0 до 3. После расчета средних баллов, элементы расположились в следующем порядке (в скобках приведен средний балл):

1. Ценовая доступность товаров (разумность цен на товары) (2,787);
2. Отсутствие посторонних неприятных запахов в магазине (2,596);
3. Наличие широкого ассортимента товаров (2,587);
4. Вежливое, внимательное отношение персонала магазина к покупателям (2,492);
5. Отсутствие в магазине очередей на ожидание обслуживания (2,454);
6. Хорошее санитарное состояние магазина (2,386);

7. Высокая скорость обслуживания покупателей (продавцом, касиром и т. д.) (2,319);
8. Умение продавца полно и быстро ответить вопросы покупателей (2,252);
9. Соблюдение установленного порядка продажи и правил торговли (2,215);
10. Аккуратный внешний вид продавцов, наличие специальной форменной одежды (2,138);
11. Эффективная выкладка товаров (2,126);
12. Хорошее санитарное состояние территории прилегающей к магазину (1,968);
13. Соответствие режима работы магазина условиям труда и быта покупателей (1,919);
14. Отсутствие шумов в магазине (1,790);
15. Соответствие предпочтениям покупателей эстетического оформления торгового зала и внешнего вида магазина (1,686);
16. Наличие автостоянки или остановки общественного транспорта рядом с магазином (1,620);
17. Предоставление покупателям дополнительных услуг (1,506);
18. Широкое использование средств внутримагазинной информации покупателей (указатели отделов, секций, схемы, радио) (1,504);
19. Применение прогрессивных методов торговли (самообслуживание, по образцам, по предварительным заказам и т. д.) (1,474);
20. Соответствие предпочтениям покупателей эстетического оформления прилегающей к магазину территории (1,429).

В верхней части приведенного списка находятся элементы имеющие наибольшую важность для покупателей, в нижней части – наименьшую. Средняя требовательность потребителей к качеству торгового обслуживания составила 2,062 балла. Необходимо отметить, что женщины более требовательны к торговому обслуживанию, чем мужчины; служащие более требовательны к торговому обслуживанию, чем рабочие; а с возрастом у населения, как правило, общая требовательность к торговому обслуживанию снижается.

Выявление важности отдельных элементов необходимо для более глубокого познания потребителя и его предпочтений (требований), выявления слабых и сильных сторон розничных торговых предприятий, разработки стратегии развития на перспективу.

*К.Д. Гурова*  
Харьковский Бизнес-Колледж

## ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНОВ

Эффективность работы предприятия в значительной мере закладывается уже на проектной стадии, в частности, при обосновании вариан-