

но неправильно выбранный стиль может негативно повлиять на деятельность организации.

От выбранного стиля руководства зависит прежде всего психологический климат в коллективе: движимые страхом подчиненные чувствуют себя недооцененными и нередко практически полностью утрачивают интерес к работе. Из психологического климата вытекает и еще один фактор, на который влияет стиль руководства, — текучесть кадров. Если стиль руководства выбран неправильно в соответствии с особенностями коллектива и спецификой деятельности, то неудовлетворенные сотрудники будут уходить. Если решения принимает только руководитель, то в условиях жесткой конкуренции без свежих идей организация стоит на месте. При демократическом руководителе возможен саботаж задач, если подчиненные руководителя чувствуют вседозволенность и перестают ответственно относиться к поставленным задачам [1].

Зачастую, если организация имеет ряд проблем, именно пересмотр стиля руководства позволяет выйти из кризиса, так как его влияние на многие аспекты существенно. В то же время нет универсального стиля руководства, который подойдет для любой организации и в любой ситуации, руководителю остается интуитивно подбирать оптимальный стиль, основываясь на личных качествах.

Источники

1. Что такое стили управления руководителя, как выбрать эффективный стиль руководства организацией [Электронный ресурс] // Calltouch. Блог. — Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/stili-upravleniya-rukovoditelya-kak-vybrat-stil-upravleniya-personalom/>. — Дата доступа: 22.11.2020.

2. Все основные стили руководства кратко [Электронный ресурс] // ЭЛИТАРИУМ. — Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/stili-upravlenija-rukovodstvo-lider-rukovoditel-kollektiv-gruppy-vzaimootnosheniya-otvetstvennost-klassifikacija/>. — Дата доступа: 22.11.2020.

3. Курт Левин: стили лидерства [Электронный ресурс] // Психология. — Режим доступа: <https://psixologiya.org/socialnaya/obshheniya/2277-kurt-levin-stili-liderstva.html>. — Дата доступа: 22.11.2020.

К. В. Желюбчик, Ю. Д. Довгаль
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ПРОДВИЖЕНИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

На современном этапе жизни человека роль информационно-коммуникационных технологий достаточно велика. Понимая это, многие

рестораторы используют их в своих целях, в том числе и для продвижения товаров и услуг.

По данным Национального статистического комитета число пользователей информационно-коммуникационными технологиями ежегодно растет. Так, охват территории Республики Беларусь услугами сотовой подвижной электросвязи в 2019 г. составил 98,7 %, что на 0,5 п.п. больше по сравнению с 2018 г. Количество абонентов сетей сотовой подвижной электросвязи насчитывает 11 627,2 тыс. абонентов, что на 7,5 тыс. абонентов больше, чем в 2018 г. (темпы прироста — 0,06 %). Сетью Интернет на 2019 г. пользуется 82,8 % населения. Именно поэтому реклама в сети Интернет набирает такую популярность [1].

Для продвижения сайта ресторана, если таковой имеется, эффективнее использовать инструмент контекстной рекламы GoogleAds, чем Яндекс Директ, поскольку Google более популярен на территории нашей страны [2]. Данная ситуация может измениться на основании пользовательского поведения и привычек в других странах.

По данным института социологии НАН Беларуси самая популярная среди белорусов соцсеть — VK. Более 43 % опрошенных зарегистрированы и пользуются ей. На втором месте — «Одноклассники», аккаунты в которых имеют 42,6 % опрошенных. Далее следуют Instagram и Facebook, учетные записи в которых есть у 29,3 и 22,7 % белорусов соответственно [3].

Так, объектам общественного питания рекомендуется использовать SMM-продвижение в вышеназванных социальных сетях. Наиболее эффективным в этом случае будет использование Instagram, который позволяет предоставлять потенциальным потребителям визуальную картинку интерьера заведения и формы подачи блюд в нем, а также размещать меню с ценами.

Не менее важным направлением, чем ведение страниц в соцсетях, является работа с блогерами. Для того чтобы о заведении писали в сети, для популярных в интернете личностей могут проводиться дегустации или мастер-классы. После мероприятия эти личности выкладывают пост с отметкой вашего заведения, что привлекает новую аудиторию.

Также в Беларуси популярны такие интернет-сервисы, как relax.by, menu.by. Menu.by — это быстрая служба доставки из лучших кафе и ресторанов Минска, которая работает 24 часа 7 дней в неделю. Relax.by — это гид по развлечениям и городской жизни, сервис по бронированию заведений и услуг.

Недавно в Минске запустили сервис под названием «Смачнаежка», механизм его работы таков: рестораны, кафе и пекарни ежедневно за час до времени утилизации выставляют блюда или продукты со скидкой.

Применение информационно-коммуникационных технологий в сфере ресторанного бизнеса позволяют рассказать об объекте обще-

ственного питания большей аудитории, соответственно это помогает привлечь новых посетителей, обеспечивая тем самым эффективную работу заведения.

Источники

1. Беларусь в цифрах, 2020 [Электронный ресурс] // Белстат. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_16711/. — Дата доступа: 16.11.2020.

2. Top Sites in Belarus [Electronic resource] // Alexa. — Mode of access: <https://www.alexa.com/topsites/countries/BY>. — Date of access: 16.11.2020.

3. Вот какие социальные сети популярнее всего в Беларуси [Электронный ресурс] // TUT.BY. — Режим доступа: <https://42.tut.by/635778>. — Дата доступа: 17.11.2020.

Ю. В. Жигалко, З. Р. Липская

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА ФИНАНСОВУЮ УСТОЙЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Финансовую устойчивость можно рассматривать как состояние организации, при котором обеспечиваются сбалансированность финансов, достаточная ликвидность активов и наличие необходимых резервов для нахождения в зоне эффективности в период изменяющейся законодательной базы и условий налогообложения.

Не существует единого подхода к оценке налоговой нагрузки на организацию, однако все исследователи сходятся во мнении, что уровень налоговой нагрузки оказывает влияние на финансовые результаты деятельности организации. Налоговую нагрузку можно рассматривать как инструмент финансового менеджмента, средство контроля и планирования параметров финансово-хозяйственной деятельности, обуславливающих напряженность налогообложения организации и определяющих картину ее финансового состояния [1].

Ключевыми критериями оценки налоговой нагрузки являются расчетная прибыль, источники возникновения налогового обязательства, суммарный денежный поток. Данные критерии предоставляют возможность отражать такие стороны финансового состояния организации, как финансовая устойчивость и платежеспособность.

При превышении налоговой нагрузки 20 % у организации возникает потребность в включении налогового планирования в общую систему управления и контроля за деятельностью организации, а при превышении налоговой нагрузки 60 % единственным возможным решением для хозяйствующего субъекта является смена его налоговой