

## РАЗДЕЛ 10. ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

*Е.В. Демченко*, доцент  
Белорусский государственный экономический университет

### Моделирование рыночной ситуации и выбор стратегии деятельности предприятия

При осуществлении моделирования рыночной ситуации необходим комплексный подход, предполагающий изучение как системы в целом, так и отдельных ее составляющих. Для этого рынок анализируется по производственным, сбытовым, торговым, ценовым и коммуникационным направлениям деятельности предприятия. Эффективность изучения рынка повышается в результате использования множества источников информации, обладающих различной степенью надежности. Это информация, в которой доминирует производитель либо потребитель, нейтральные источники информации.

Исследование рынка включает в себя прогноз его развития, оценку конъюнктурных тенденций, выявления ключевых факторов, сегментации рынка, анализ ценовой и коммуникационной политики. На основе полученной информации осуществляется моделирование рыночной ситуации, которое позволяет сохранить многомерный характер восприятия рынка. Модель рыночной ситуации подсказывает возможную стратегию деятельности предприятия.

Процесс выбора стратегии представляет собой:

- определение целей и постановка проблемы;
- анализ влияния в процессе моделирования проблемной ситуаций;
- исследование и интерпретация предполагаемых изменений на рынке;
- анализ возможностей предприятия;
- разработка стратегии и мероприятий по ее реализации;
- неиспользованная реализация выбранной стратегии.

При разработке стратегии деятельности предприятия и мероприятий по ее реализации необходимо учитывать следующие факторы:

внешние факторы. Содержание этих факторов определяется проведенным анализом и прогнозом. Как правило, здесь используются статистические данные с сравнительный анализ. При это осуществляется оценка значимости переменных.

факторы принятия решений (цена на изделие, затраты на качество, рекламу и т.д.). В расчет берутся все постоянные и переменные величины прогнозируемого явления. Например, при формировании ценовой политики учитываются и факторы, влияющие на цены: издержки, ценовая эластичность спроса, предпочтения потребителей и т.д.

факторы, формирующие цели предприятия. Они характеризуют само предприятие, зависят как от внешних факторов, так и от факторов принятия решения.

*В.В. Володько*, соискатель  
Белорусский государственный экономический университет

### К вопросу о государственно-правовом регулировании деятельности предприятий в части необходимости совершенствования и оптимизации системы налогообложения в Республике Беларусь

Сложность создания механизма налогового регулирования заключается в том, что необоснованные решения могут привести к разрушению налогооблагаемой базы. В этом случае оказывается, что “налог убит налогом”.