

персонализировано, и любой человек в компании обладает полной информацией о взаимодействии с ним);

9. Увеличить число повторных покупок (хороший сервис дает клиенту положительный опыт обращения с компанией, повышая желание продолжать взаимодействие с компанией и покупать дополнительные продукты).

За CRM подходом большое будущее. Когда-то реклама считалась двигателем торговли, а заводы старались производить сотни тысяч одинаковых предметов потребления. Сегодня недостаточно произвести товар, его надо приспособить для нужд конкретного индивидуума. Маркетинг начинается с идеи производства товара или замысла оказания услуги, производство настраивается на выпуск все более адаптируемых под заказчика изделий, реклама обеспечивает осведомленность о наличии товара, а CRM позволяет замкнуть весь цикл путем "правильной" работы с клиентом. Компания, освоившая технологию CRM, сможет на голову опередить своих конкурентов.

Буловацкая Д.Ф.

УО «Белорусский государственный экономический университет» (Минск)

УЧЁТ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕЖЕК: РАСХОДЫ, СВЯЗАННЫЕ С НАЛОГООБЛОЖЕНИЕМ

Теория неинституционализма вызывает большой интерес отечественных экономистов. Родоначальниками теории, объясняющей транзакционные издержки, являются Р. Коуз и О. Уильямсон. В самом общем понимании Р. Коуз определил их как «издержки пользования рыночным механизмом». В дальнейшем это понятие приобрело более широкий смысл и стало включать в себя все виды затрат и потерь, сопутствующих обмену товарами, юридическими обязательствами, сделками краткосрочного и долговременного характера, требующими детального документального оформления и предполагающими простое взаимопонимание сторон. Затраты и потери, которыми может сопровождаться такое взаимодействие, получили название транзакционных издержек.

В экономической теории выделяют:

- издержки поиска информации;
- издержки измерения количества и качества вступающих в обмен товаров и услуг;
- издержки спецификации и защиты прав собственности;
- издержки защиты от оппортунистического поведения.

Существующая в Республике Беларусь жестко регламентированная система учета и распределения расходов не основывается на принятой в теории неинституционализма классификации издержек на транзакционные и трансформационные. Это позволяет сделать вывод о том, что лишь определенная часть транзакционных издержек может быть признана и оценена в соответствии с правилами финансового и налогового учета. Поэтому признать

и измерить транзакционные издержки в полном объеме можно посредством современных методов бухгалтерского управленческого учета.

Для выделения транзакционных и трансформационных расходов в качестве объекта учета необходимо аккумулировать их на отдельных счетах: «Транзакционные расходы» и «Трансформационные расходы» соответственно.

Особо следует отметить затраты предприятий, связанные с налогообложением. Всю совокупность налоговых издержек субъектов хозяйствования можно классифицировать по характеру образования на прямые и косвенные налоговые издержки. Прямые налоговые издержки – это сумма перечисленных налогоплательщиками платежей в бюджет в соответствии с действующим законодательством. К косвенным налоговым издержкам относятся расходы, связанные:

- с ненадлежащим исполнением налоговых обязательств;
- с переменной условий хозяйствования;
- с исчислением и уплатой платежей;
- с адаптацией субъектов хозяйствования к изменениям налогового законодательства и др.

Перечисленные затраты возникают либо одновременно с процессом исчисления налогов, либо обусловлены процессом налогообложения. Косвенные налоговые издержки характерны для любого типа экономики и характеризуют сложность существующей налоговой системы. Косвенные налоговые затраты определенно относятся к транзакционным издержкам предприятий и должны учитываться на счете «Транзакционные издержки», субсчет «Косвенные налоговые издержки». С упрощением налогового законодательства размер данных затрат сокращается.

Отнесение налоговых платежей к транзакционным или трансформационным издержкам вызывает разногласия среди экономистов. Некоторые исследователи утверждают, что уплата налогов является формальной, обязательной сделкой, заключаемой между государством и субъектами хозяйствования. Данное обстоятельство, по их мнению, является основанием для не отнесения расходов по уплате налогов и сборов в бюджет к транзакционным издержкам.

Однако если проанализировать фактическую налоговую нагрузку в различных государствах, становится очевидным тот факт, что уровень налогового бремени значительно варьируется в зависимости от применяемой фискальной политики в соответствующем государстве. Кроме того, очевидно, что в случае соблюдения налогового законодательства, хозяйствующие субъекты не могут повлиять на величину этих затрат. Ввиду этого, на наш взгляд, расходы по уплате налогов и сборов в бюджет имеют признаки транзакционных издержек, в частности, издержек спецификации и защиты прав собственности.

В мировой практике широко применяется эмпирический норматив налогового бремени, равный 35 – 45% ВВП. Считаем целесообразным учитывать расходы по уплате налогов и сборов в бюджет в пределах данного показателя на счете «Трансформационные издержки», субсчет «Прямые

налоговые издержки в пределах норматива», а расходы сверх уровня – аккумулировать на счете «Трансакционные издержки», субсчет «Прямые налоговые издержки сверх норматива». Кроме того, необходимо открыть счета второго порядка по источникам уплаты налогов и счета третьего порядка в разрезе уплачиваемых предприятием налогов и платежей.

Бунь А.В.

УО «Белорусский государственный экономический университет» (Минск)

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В условиях усиливающейся конкуренции на рынке строительных материалов разработка эффективной политики обеспечения конкурентоспособности выпускаемой продукции приобретает особое значение. Вместе с тем, традиционно при оценке конкурентоспособности продукции, как правило, учитываются лишь технические и экономические параметры, что в условиях постоянно возрастающих требований со стороны потребителей не достаточно правомерно. При оценке конкурентоспособности товара должен учитываться комплекс факторов, позволяющих максимально полно, быстро и качественно удовлетворить потребности покупателя.

Проблеме оценки конкурентоспособности продукции, методам ее повышения уделяется значительное внимание в научных разработках отечественных и зарубежных авторов. Не отрицая значимости исследований обозначенных проблем, тем не менее, необходимо отметить, что большинство методов и научных разработок в данной области направлены на оценку конкурентоспособности продукции без ее взаимосвязи с покупательскими предпочтениями. В связи с этим, представляется актуальным проведение анализа уровня конкурентоспособности продукции с учетом ее функционального назначения, надежности, долговечности, удобства использования, эстетичности внешнего вида, упаковки, обслуживания, гарантий, и другие характеристик, способных удовлетворить совокупные потребности покупателя лучше, чем товары конкурентов.

Специфические особенности товаров, производимых предприятиями промышленности строительных материалов способны оказывать влияние, с одной стороны, на их реализацию, а с другой – на деятельность проектных и строительных фирм как хозяйствующих субъектов, как при формировании активов, так и при производстве строительной продукции. Практически ни одна из особенностей строительного продукта не создает преимуществ для успешного функционирования на рынке по сравнению с другими производствами, а лишь делает проблемы подрядных фирм многоаспектными и более сложными. Эти особенности оказывают существенное влияние на методы

ВДЭУ «Белорусский государственный экономический университет» Библиотека.
BSEU Belarus State Economic University. Library.