

логовых схем, позволяющих минимизировать налоговые обязательства предприятий-экспортеров как в России, так и в Беларуси.

Одной из наиболее опасных методик налоговой минимизации, целью которой является возмещение сумм НДС из бюджета посредством сговора поставщика и покупателя, является методика *“карусели НДС”*. Как правило, *“карусель НДС”* применяется для товаров с установленными высокими ставками налога на добавленную стоимость. Такая методика часто осуществляется в приграничных районах и ее достаточно сложно доказать, так как данная схема может быть признана противоправной только при обнаружении веских доказательств сговора сторон.

Указанный метод основывается на положении, по которому предприятие-экспортер имеет право требовать возмещения сумм НДС, уплаченных на территории страны-производителя, при перемещении товаров через таможенную границу. Вступая в сговор с другим субъектом хозяйствования, который, как правило, является фирмой-однодневкой (в этой роли в схеме могут выступать и организации, подлежащие скорой ликвидации, а также подставные фирмы под прикрытием реальных), предприятие оформляет покупку товаров, подлежащих экспорту. При этом у предприятия-продавца возникают обязательства по перечислению НДС в бюджет. Предприятие-экспортер, осуществив отгрузку товаров за границу, предъявляет требование к возмещению суммы НДС, который должен был быть уплачен предприятием-продавцом. *“Карусель НДС”* может сочетаться с иными способами налоговой минимизации. Для того чтобы затруднить ее обнаружение, товары могут разделяться на разные партии, а процесс оплаты — производиться посредством чека, который обналичивается за границей. Деятельность первой фирмы может привлечь внимание налоговой администрации только через несколько месяцев после начала осуществления данной налоговой схемы. Этот период достаточен для того, чтобы фирме-однодневке несколько раз поучаствовать в реализации приведенной схемы и успеть скрыться вместе со всеми документами и активами.

В результате бюджет может не досчитаться значительных сумм налоговых поступлений, а недобросовестные налогоплательщики получают прямую выгоду от возмещения неуплаченных ими сумм НДС, подвывая тем самым налоговую безопасность страны.

М.К. Жудро, О.В. Лавриненко

БГСХА (Горки)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ БЕНЧМАРКИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ БЕЛАРУСИ

В современном мире внешние условия любой организации быстро изменяются, экономическая среда становится все в большей степени конкурентной. В связи с этим многие организации вынуждены применять новые методы управления.

Одним из таких направлений является бенчмаркинг. В научной литературе трактуется множество его определений. Обобщая их, можно сделать вывод, что бенчмаркинг как один из прогрессивных методов стратегически ориентированных маркетинговых исследований представляет собой комплексную систему оценки стратегии ведения бизнеса, направленную на повышение конкурентоспособного функционирования любого субъекта маркетинговой системы.

Примеров проведения бенчмаркинга в фирме достаточно: “дивизионная система управления” (Caterpillar), концепция “Шесть сигм” (Motorolla), методы Тагутти и “точно вовремя” (тойота), “показ-ека” (Мацусита) и, конечно же, бенчмаркинг компании “Ксерокс”.

Возможность использования методов бенчмаркинга для бизнеса следует, исходя из особенностей предприятия. Важное место в бенчмаркинговом исследовании занимает конкурентоспособность товара (точнее — ее оценка). На наш взгляд, показателями конкурентоспособности товара может служить уровень его предпочтения покупателями.

На основе проведенного нами анкетирования потребителей продукции Лепельского молочно-консервного комбината были выявлены основные характеристики предпочтения потребителями молочных продуктов, а следовательно — основные критерии бенчмаркинга (см. таблицу).

Индикаторы конкурентного сравнения (ключевые факторы успеха оценки конкурентоспособности товара Лепельского молочно-консервного комбината)

Критерий (индикатор)	Вес в конкурентной борьбе, %
Цена	54
Качество	47
Упаковка	20
Ассортимент	42

В нашем случае основными характеристиками предпочтения потребителями молочной продукции являются цена, качество и ассортимент. Поскольку цена на данный вид продукции находится на одном уровне с конкурентами, то целесообразно будет рассмотреть возможности улучшения ее качества и расширение ассортимента путем внедрения нового (для данного предприятия) вида товара (йогурта).

Проведя полное исследование по этим вопросам, маркетинг-директор сможет оценить текущую ситуацию, проанализировать положение предприятия на рынке, определить цели и задачи фирмы, стратегию маркетинга и на их основе разработать программу исследований в этой области, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия на данном рынке.

Таким образом, преимущества использования бенчмаркинга очевидны. Однако следует выделить и ряд причин, по которым государ-

ственным предприятиям будет нелегко проводить бенчмаркинговое исследование:

- в силу своего тяжелого финансового состояния государственные отечественные предприятия не стремятся привлекать специалистов со стороны и пользоваться их услугами, в то время как квалифицированные специалисты, обладающие достаточным знанием и опытом применения современных методов менеджмента, не изъявляют желания работать на предприятиях АПК в связи с низкой заработной платой;
- далеко не каждое предприятие Беларуси готово предоставить информацию о себе и своем бизнесе;
- самая веская причина отказа отечественных предприятий от использования потенциала бенчмаркинга в качестве эффективного инструмента менеджмента — это слабое представление или незнание метода эталонного сопоставления.

Но, как известно, побеждает тот, кто постоянно ищет, изучает и экспериментирует. И при хорошем, грамотном руководителе, готовом к экспериментам, внедрению новых, прогрессивных методов ведения бизнеса, положительный результат гарантирован. И те организации, которые уже сегодня осваивают бенчмаркинг, будут иметь неоспоримые конкурентные преимущества на рынке.

Е.А. Захарова

БГЭУ (Минск)

НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В современной экономике, когда национальная налоговая система находится в стадии реформирования, оптимизация налоговых платежей приобретает особое значение. Сегодня все большее количество предприятий уделяют внимание изучению налогового законодательства с целью разработки и применения всех возможных методов оптимизации налоговых поступлений в бюджет. Однако именно здесь организации сталкиваются с множеством проблем, которые возникают в процессе их хозяйственной деятельности.

Одним из основных моментов является подвижность налогового законодательства. В связи с этим предприятия вынуждены вносить коррективы в уже отработанные схемы платежей в бюджет государства. Эти изменения могут двояко сказываться на работе субъектов хозяйствования: с одной стороны, они способствуют еще большей оптимизации платежей в бюджет, а с другой — делают схему невозможной для дальнейшего ее использования. Также это может привести к увеличению затрат предприятия, которые не будут покрываться экономией от