

ступлений, не может обеспечить достойный уровень пенсий и требует своего реформирования. Реформирование пенсионных систем здесь базируется на подходах более глубокой заинтересованности работников в финансировании будущих пенсий.

Одной из задач на современном этапе является рационализация и оптимизация пенсионной системы, ее реформирование с целью увязки уровня трудовых пенсий с объемом участия каждого конкретного застрахованного в финансировании пенсионной системы. В этой связи представляется целесообразным развитие пенсионной системы на принципах накопительного метода.

Общий принцип накопительного метода применяется не только в системах пенсионного обеспечения, но и в практике граждан, стремящихся накопить какую-то сумму денег, — они ежемесячно откладывают денежные средства, размер которых находится в прямой зависимости от того, сколько денег им потребуется при наступлении определенной даты (пенсионного возраста). Если распределительный метод пенсионного обеспечения предполагает, что работающие лица обеспечивают средствами других, фактически находящихся на их иждивении лиц, то при накопительном методе пенсионного обеспечения соблюдается принцип справедливости: чем больше человек зарабатывает, тем большая сумма у него будет накоплена к моменту выхода на пенсию.

Однако, отчисляя деньги на длительный срок, мы сталкиваемся с проблемой инфляции. При накопительной системе во избежание обесценивания денежных средств накопления пускают в оборот, т. е. инвестируют в какие-либо проекты, обещающие прибыль. На вложенные денежные средства начисляется процент.

Можно сделать вывод о том, что стратегической задачей является создание стабильно функционирующей пенсионной системы, отвечающей интересам разных поколений, и обеспечение более высокого уровня жизни в старости.

В. А. Монтик

Научный руководитель — кандидат экономических наук П. Д. Горобец,
БГТУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В НАЛОГОВОМ ПЛАНИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Изменение уровня налоговой нагрузки является основным косвенным фактором, влияющим на эффективность выбранной маркетинговой стратегии предприятия по реализации складских запасов. Непосредственно от выбора способа реализации остатка товаров зависит размер уплаченных налогов, а соответственно и возможность возникновения в среднесрочной перспективе проблемы дефицита оборотных средств на предприятии.

На практике возможно применение следующих вариантов ускорения реализации товаров (табл. 1).

Таблица 1

Способы ускорения реализации товаров и их влияние на налоговую нагрузку

Варианты ускорения реализации товаров	Критерии снижения налоговой нагрузки	Механизм снижения налоговой нагрузки
Снижение цен на остатки готовой продукции	При снижении цен и соответственно уровня рентабельности происходит сокращение налоговой базы по налогам из прибыли	В случае, когда складка формирует убыток в организации, происходит рост налоговой нагрузки за счет условно-постоянных налоговых отчислений, не зависящих от выручки
Предоставление отсрочки платежа	Отсрочка платежа не должна превышать налоговый период по расчету НДС	Если налоговые декларации подаются ежемесячно, то отсрочка платежа до 30 дней, если ежеквартально, то до 90 дней
Развитие дилерской сети	Создаваемые дилерские организации должны соответствовать критериям организаций, использующих упрощенную систему налогообложения	Организация имеет возможность минимизировать сумму начисленных налогов за счет налога на прибыль
Реклама	1) Заключение договора со сторонней организацией на оказание маркетинговых услуг 2) Использование собственных сотрудников при проведении рекламной кампании	Предприятие, оплачивая услуги сторонних организаций, получает «оходной» НДС, учитываемый при налогообложении. Организация уплачивает отчисления в Фонд социальной защиты населения

Кроме того, необходимо учитывать, что если организация производит продажу товаров без осуществления нового производства, то тем самым занижает свои текущие затраты и увеличивает рентабельность и соответственно налогооблагаемую прибыль. Практика показывает, что 10 %-ый прирост рентабельности продаж приводит в среднем к 1,8 %-му приросту налоговой нагрузки за счет платежей из прибыли.

Указанные механизмы применения маркетинга в налоговом планировании позволяют построить оптимальную модель хозяйствования, обеспечивающую минимально возможный размер налоговой нагрузки.

Список использованных источников

1. Жук, А. Л. Налоговое планирование / А. Л. Жук. – Минск: КапиталМедиа-Групп. – 2010. – 135 с.

Е. Н. Новикова

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент
Н. С. Недашковская, БФ БГЭУ (Бобруйск)

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ И ИХ РОЛЬ
В НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ БУХГАЛТЕРСКОГО
УЧЕТА**

Значительное количество белорусских предприятий стремятся расширить свое влияние на рынки других стран, в том числе и с развитой экономикой. Основой выхода на мировой рынок является соответствие