

Корпоративный налоговый менеджмент (микро уровень) как составляющую часть финансового менеджмента, который предусматривает разработку управленческих решений, направленных на формирование и повышение эффективности финансового потенциала предприятия, регулирования его взаимоотношений с государством в процессе перераспределения доходов и наполнения государственного бюджета. Корпоративный налоговый менеджмент не сводится к абсолютной минимизации налоговых платежей, а предусматривает выбор наиболее эффективного варианта налогообложения при альтернативных вариантах его хозяйственной деятельности.

Загороднюк Т. В., Беляцкая Т. Н., БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА УСЛУГ

Среди всех маркетинговых мероприятий особое место занимают исследования. Это связано с тем, что в основе практически всех принимаемых на предприятии решений лежит информация. Владение надежной, достоверной, своевременной информацией является одним из важнейших условий успеха на рынке.

Интерес к маркетингу, спрос на профессиональную помощь в проведении конкретных маркетинговых мероприятий привели к зарождению в Республике Беларусь рынка маркетинговых услуг и, в частности, рынка услуг, связанных с маркетинговыми исследованиями.

На современном этапе рынок услуг, связанных с маркетинговыми исследованиями находится на стадии роста. Этим бизнесом уже занимается достаточно большое количество предприятий. Однако конкуренция здесь пока еще не такая острая, как на других рынках.

Зайцева М. А., Тимошевич Г.В., БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ СТРАХОВЩИКА

Исследование и сегментация страхового рынка Республики Беларусь позволяет страховщикам сформировать маркетинговые стратегии. Основными инструментами реализации маркетинговой стратегии являются: политика в области разработки страховых продуктов, организация их продаж, поддержание контактов с потребителями и ряд других.

Практикой выработаны основные составляющие маркетинговой стратегии страховщика: позиционирование страховых услуг; разработка и подготовка необходимых страховых продуктов; обеспечение функционирования системы сбыта и стимулирования продаж, определение рентабельности страховщика на рынке и ряд других.

Страховой рынок Беларуси как самостоятельный сегмент экономики республики за последние годы претерпел определенные изменения. Вместе с тем ассортимент страховых услуг, предлагаемых белорусскими страховщиками, является ограниченным, преобладающее развитие имеет государственное страхование, крайне медленно внедряются новые формы продвижения страховых услуг, системы андеррайтинга и риск-менеджмента.

Наибольшее развитие в национальной страховой практике получило обязательное страхование: гражданской ответственности владельцев средств автотранспорта, от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний и ряд других. Лишь немногие страховщики республики разрабатывают свои маркетинговые стратегии, проводят детальное исследование страхового рынка, его сегментацию и др. Основ-