

Современные тенденции развития окружающего мира, образа и стиля жизни людей приводят к тому, что потребитель становится другим. В этом плане можно говорить о следующих факторах, формирующих потребительское поведение:

1. Нехватка времени, которая ведет к росту потребности в удобных и простых вещах, а также к росту значимости предприятий сферы услуг.

2. В результате расширения рыночных предложений имеет место более высокое ожидание качества продуктов.

3. Занижение покупателем своего возрастного уровня.

4. Вследствие нивелирования свойств многих продуктов и выхода конкурентных марок на приблизительно одинаковое соотношение цена/качества усиливается значимость их эмоционального воздействия.

Имеет место усиление конкуренции и ее качественное изменение. Возрастет роль маркетинга, основанного на СКМ-технологиях, позволяющих собрать информацию о клиентах на всех стадиях принятия решений о покупке и использовать эти знания в интересах своего бизнеса.

Развивается аутсорсинг, далеко выходящий за пределы маркетинга (передача выполнения функций маркетинга специализированным компаниям).

В качестве перспективы развития маркетинга на белорусском рынке, можно предположить усиление развития отраслей маркетинговых дисциплин, таких как брэндинг, мерчендайзинг; появление на рынке узкоспециализированных консалтинговых агентств, которые вступят в конкуренцию с сетевыми и местными агентствами полного цикла; бурное развитие получит рынок нестандартных маркетинговых коммуникаций; дальнейшее стабильное развитие можно прогнозировать рынку BTL-технологий, особенно это касается регионов РБ.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В НЕГОСУДАРСТВЕННОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Голутво А.А., Кноп В.З., БГЭУ

Руководитель: Т.А. Верезубова

На наш взгляд, одним из направлений совершенствования налогового контроля является повышение роли предварительного и текущего контроля, связанных с работой по разъяснению налогового законодательства, сбору, обработке и анализу широкой информации о налогоплательщиках, на основании которой могут осуществляться выборочные проверки налогоплательщиков. Для этого необходимо создание принципиально новых технологий налоговой дея-