

лин обеспечит необходимую полноту и оперативность фактических данных о подготовке специалиста, что позволит управляющей системе вуза на основе текущего анализа затрат на обучение оперативно принимать оптимальные управленческие решения.

<http://edoc.bseu.by:8080>

*Гончаренок Д.Г.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

Эффективность работы предприятия в общем виде можно определить как частное от деления полученной суммы прибыли на затраты, понесенные для ее получения. Уменьшение налоговых платежей должно привести к росту прибыли предприятия, а значит, и отвечать интересам руководства и работников предприятия. Однако взаимосвязь между снижением налогов и ростом прибыли не всегда является прямолинейной. Поэтому наиболее эффективным направлением увеличения прибыльности является не механическое уменьшение налогов, а создание эффективной системы управления предприятием и принятия таких управленческих решений, чтобы оптимальной, включая налоги, была вся структура бизнеса. Нужна не тактика сокращения налогов, а стратегия эффективного управления предприятием. При таком подходе обеспечивается более существенное и устойчивое сокращение налоговых потерь на долгосрочную перспективу.

Наиболее приемлемый способ оптимизации налогов – это оптимизация всей деятельности предприятия таким образом, чтобы она осуществлялась самым эффективным способом. Какое место должен занимать финансовый (налоговый) менеджер на предприятии, является неоднозначным.

Международный опыт показывает, что финансовый (налоговый) менеджер координирует работу как минимум двух служб предприятия – бухгалтерскую и юридическую. Служба внутреннего аудита, оставаясь независимой в административной структуре предприятия, может активно сотрудничать с налоговым менеджером. Подчинение же ему до определенной степени юристов и бухгалтеров предприятия просто необходимо. Менеджеры для разработки наилучшей стратегии развития часто используют анализ пяти компонентов успеха, так называемых 5C: Company (компания), Costs (издержки, себестоимость), Competitors (конкуренты), Consumers (потребители, клиенты), Channels (каналы распространения продукции, работ, услуг компании). Взаимосвязь и взаимозависимость финансового и налогового менеджмента могут быть также подтверждены и анализом «5C».

*Гончарик О. В.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ПРОКАТА АВТОМОБИЛЕЙ**

В связи с возрастающим значением сферы услуг в экономике Республике Беларусь особое внимание следует уделять развитию все более востребованной и высоко rentабельной услуги – прокату автомобилей. Предоставление автомобилей в прокат распространено на территории республики повсеместно, предоставляя физическим лицам и субъектам хозяйствования право использовать дорогостоящее имущество долго-