

1. Контроль над денежными потоками организации с целью недопущения образования задолженности по платежам в бюджет, начисления пени и санкций по своевременно не уплаченным налогам.

2. Поиск приемлемых схем налогообложения выраженный в учете норм налогового законодательства при организации производства и продаже продукции.

3. Снижение рисков нарушения налогового законодательства путем установления контроля над его изменением с целью предотвращения возможных отклонений.

Целью налогового планирования является получение дополнительных финансовых ресурсов предприятия за счет экономии денежных средств в расчетах с бюджетом. Указанная экономия финансовых ресурсов может быть направлена на повышение ценовой конкурентоспособности продукции, на дополнительные инвестиции в развитие производства и технологий.

Средний уровень налоговой нагрузки, рассчитанный по уровню налогов в выручке, составляет в Республики Беларусь около 15-25% фактической выручки. При этом применение методов налогового планирования позволяет сократить указанный уровень на 3-7% не только за счет сокращения уровня начисления налоговых платежей, но и путем снижения уровня уплачиваемых штрафных санкций в бюджет.

Применение методов налогового планирования в совокупности с целенаправленной маркетинговой политикой организации позволяет повысить эффективность деятельности субъектов хозяйствования, достичь запланированных показателей рентабельности и уровня продаж. При этом государство получает дополнительные поступления в бюджет не за счет экономических санкций и избыточной налоговой нагрузки, а посредствам роста эффективности работы предприятий.

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

*Журавская А.Н.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА**

В современном мире основное внимание уделяется не на капитал в виде машин и оборудования, а на капитал знаний, который проявляется в виде инноваций и создании конкурентоспособной экономики. Все страны проходят своеобразный естественный отбор именно по этим двум важнейшим критериям.

Для белорусской экономики переход на инновационный путь развития становится жизненно необходимым, поскольку она является открытой и в значительной степени интегрирована в европейские и мировые процессы. Более 70% производимой в стране продукции поставляется на внешние рынки.

Высокие темпы роста экономики и завоеванные позиции на мировом рынке нельзя сохранить, если не производить и не предлагать конкурентоспособную продукцию с высокой степенью наукоемкости и новизны, если не перейти на современные технологии, направленные на кардинальное решение энергоёмкости и материалоемкости продукции, если не использовать интеллектуальный капитал государства по максимуму.

Интеллектуальный капитал можно трактовать как совокупность знаний, навыков, умений человека, его мобильность (способность к восприятию новой информации, обучению, переподготовке, адаптации к новым условиям) и креативность (способность неординарно мыслить и формировать идеи), обеспечивающих возможность создания прибавочного продукта.

Главная функция интеллектуального капитала – существенно ускорять прирост массы прибыли за счёт формирования и реализации необходимых предприятию систем знаний, вещей и отношений, которые в свою очередь обеспечивают его высокоэффективную хозяйственную деятельность. Интеллектуальный капитал предприятия определяет качество его системы управления.

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

*Зайцева М.М.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **МАРКЕТИНГ В СТРАХОВАНИИ**

Потребитель финансовых услуг, весьма требователен, его не устраивает просто страхование, банковское обслуживание или накопление пенсии. Ему нужна комплексная финансовая услуга, предоставляющая одновременно накопление средств, доходность инвестиций, рост капитала, а также безопасность имущества и защиту финансовых интересов. Поэтому финансовые предприятия различных отраслей вынуждены интегрироваться между собой, обмениваться пакетами акций или своих услуг, а также объединять сбытовые сети.

Примером комплексной финансовой услуги может быть «банкасьюранс» (банковское страхование), выросший из продаж через «банковские окошки» сначала страховых продуктов, а затем – совместных продуктов банков и страховщиков по накопительному страхованию жизни, накоплению пенсий, средств на обучение, комплексной защиты финансов физических лиц или финансового обслуживания корпораций.

Для обеспечения эффективной продажи финансовых услуг важное значение имеет использование маркетинга в данной сфере деятельности, поскольку в данном случае в наибольшей степени учитывается потребность клиента в комплексной защите своих финансов на все случаи жизни.

Для более полного использования возможностей маркетинга в Беларуси особую значимость приобретает формирование банковско-страховых объединений. Ориентируясь на мировой опыт АСБ «Беларусбанк» и страховая компания «Белэксимгарант» по предложению Национального банка Республики Беларусь одни из первых разработали варианты совместного сотрудничества в интересах обеих сторон.

В целях совершенствования организационной структуры многие страховщики республики создали отделы банковского страхования для разработки совместно с банками страховых программ по предоставлению физическим и юридическим лицам банковских и страховых услуг, организации комплексного сбыта страховых продуктов через структурные подразделения банка, обеспечения страховой защиты имущественных интересов банка и увеличения конкурентных преимуществ при обслуживании клиентов.

*Захарова Е.А.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **ОСОБЕННОСТИ ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА НЕФТИ И НЕФТЕПРОДУКТОВ**

В государственных доходах таможенным платежам принадлежит важное место, и само существование государства неразрывно связано с их взиманием. Взимание тамо-