

дители качественных, преимущественно натуральных продуктов, доступных по цене. При этом доля иностранных производителей молочных продуктов, включая перерабатывающие компании РФ, невелика.

Анализ динамики развития рынка молока и молочной продукции в разрезе ее ассортимента свидетельствует о том, что производство различных видов молочных продуктов развивается разными темпами. Так, рынок молока характеризуется более низкой динамичностью. Более того, по данным исследований доля пакетированного молока постепенно сокращается. А незначительный его рост происходит за счет освоения новых видов упаковки молока.

Маркетинговые исследования рынка молочных продуктов г. Минска позволяют прогнозировать усиление конкуренции как в результате роста доли отдельных компаний, так и в результате активизации региональных высоко конкурентоспособных молокоперерабатывающих предприятий, которые активизируют маркетинговую деятельность с целью увеличения своей доли на рынке.

В республике в ближайшей перспективе не произойдет принципиальных изменений в структуре потребления молочных продуктов. Следует ожидать снижение потребления традиционных молочных продуктов в пользу обогащенных современных продуктов. Более перспективным следует рассматривать широкий ассортимент десертных молочных продуктов, который позволяет не только «утолить голод», но и существенно улучшить практически все аспекты сенсорного восприятия человеком продуктов питания. В перспективе покупатель будут отдавать предпочтения различным вариантам молочных продуктов, обогащенных витаминами и микроэлементами. Прогнозируемый рост указанных молочных продуктов диктует настоятельную необходимость активизации на перерабатывающих предприятиях маркетинговых коммуникаций, обеспечивающих эффективное позиционирование витаминизированными молочными продуктами.

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

*Жук А.Л.*

*Институт экономики НАН Беларуси (Минск)*

## **НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ – КАК ФУНКЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА**

Ориентация экономической политики Республики Беларусь на развитие внешне-экономической деятельности требует повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования, как для расширения экспорта продукции, так и для сохранения позиций на внутреннем рынке. Одним из направлений повышения конкурентоспособности продукции является комплекс мероприятий направленных на оптимизацию уровня налоговых обязательств субъектов хозяйствования перед бюджетом. Указанная деятельность осуществляется в рамках налогового планирования.

Налоговое планирование – это функция управления предприятием, предполагающая использование обоснованных законных налоговых способов и методов для установления желаемого будущего финансового состояния рассматриваемого объекта.

Использование налогового планирования на предприятиях предполагает учет норм налогового законодательства при организации экономической деятельности предприятия, принятии решений по организации производства и сбыта продукции. При этом налоговое планирование включает три направления деятельности менеджмента предприятия:

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.