

обновление информации о предприятии на сайте и электронных торговых площадках. Это дает возможность предприятиям получать экономию на рекламе продукции и услуг, а также вести эффективный маркетинг.

Использование подобных механизмов государственной поддержки создает необходимые предпосылки для защиты отечественных товаропроизводителей на внешних и внутренних рынках.

*Федосевич И. И.  
БТЭУ ПК (Гомель)*

### **РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ**

Необходимость государственного регулирования конкурентоспособности экономики в целом и отдельных товаропроизводителей, должно осуществляться по следующим направлениям:

1. Регулирование взаимосвязи конкуренции и конкурентоспособности.
2. Регулирование взаимосвязи государства и рынка, при котором необходимо учитывать, что рыночный механизм саморегулирования способствует развитию национальной экономики, а чрезмерное вмешательство государства препятствует этому.
3. Развитость и гибкость внешнеэкономической функции государства, которая должна способствовать повышению конкурентоспособности отечественной экономики и товаропроизводителей.
4. Поддержка, развитие и помощь в реализации в производстве НИОКР, позволяющих обеспечить ускоренное обновление ассортимента выпускаемой продукции и за счет этого увеличивать потребительский эффект, связанный с качественными параметрами приобретаемых товаров.

<http://edoc.bseu.by>

*Федосеенко В. А., Фролов Д. А.  
ВГТУ (Витебск)*

### **ПРОЕКТИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ БАЗЫ ДАНЫХ УНИТАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Необходимость приспособления к динамично изменяющимся условиям окружающей среды, резкий рост требований к оперативности принятия маркетинговых решений делают наличие маркетинговой информационной системы (МКИС) жизненно важным элементом в структуре любого предприятия.

Анализ схемы информационных потоков ОМ УП «Витебскоблтелеком» позволили сделать следующие выводы.

1. Вся информация используется одновременно несколькими сотрудниками (отделами).
2. Каждый сотрудник многократно использует одну и ту же информацию для разных целей.
3. Информация редко используется в чистом виде. Данные отчетов постоянно комбинируются для составления новых аналитических документов.

*Филиппович Е. С.  
БГЭУ (Минск)*

### **НАЛОГОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Главной проблемой налогового планирования является отсутствие чёткого определения «правил игры», обусловленное:

- наличием ряда противоречий между законодательными и иными нормативно-правовыми актами;
- отсутствием единой терминологии, порождающей возможность искажения содержания;
- отсутствием согласованности отдельных министерств и ведомств в проведении единой линии принятой налоговой политики.

Наличие отмеченных причин происходит из-за несовершенства процесса подготовки и принятия нормативно-правовой документации, в частности:

- в процессе разработки практически отсутствует период апробации вводимых изменений с возможностью внесения определённых корректировок;
- процесс подготовки, сориентированный на унификацию законодательства, зачастую подменяется процессом заимствования с последующим (после ввода) устранением негативных результатов;
- разработка документов не сопряжена с достаточной долей ответственности органов, на которые возложены обязанности по определению и чёткому отражению конкретизации налоговой нормы в иных нормативно-правовых документах;
- недостаточна степень привлечения научного потенциала для разработки нормативной базы.