

решение, выбрать один из нескольких вариантов рекламной продукции, оценить уровень коммуникативной эффективности рекламы, запоминаемость символов.

Качественные методы (фокус-группы, глубинные интервью) в силу своей специфики (малое количество респондентов, отсутствие репрезентативности) не могут служить надежным средством для выбора одного готового объекта из нескольких, но они дают возможность коррекции рекламных материалов на стадии предварительной разработки кампании. Качественные исследования позволяют уже на раннем этапе получить данные о том, насколько понятна и приемлема для потребителя креативная идея рекламы, как визуальные образы влияют на имидж товара, не противоречит ли контекст рекламного ролика (или постера) социокультурным стереотипам аудитории. Качественные методы хорошо показывают модели восприятия, существующие в целевой группе, что важно для прогнозирования отношения к рекламной кампании в целом.

Респондентами исследования выступают студенты факультета маркетинга, менеджмента, предпринимательства БНТУ. Испытуемым предлагается 6 вариантов логотипов для компании «Парвинэ». Респонденты ранжировали названия по их соответствию указанной характеристике. Иногда возникает ситуация, когда ни один из тестируемых вариантов не получает хороших результатов по всем основным тестируемым параметрам. Один из вариантов лидирует по запоминаемости, но не соотносится с концепцией продукта. Другой хорошо ассоциируется с продуктом, но плохо запоминается. Третий соответствует концепции продукта, но неправильно произносится. В этом случае необходимо принять важное и трудное решение - отвергнуть все варианты, и начать все заново. В данном случае лидирует вариант №1. Заказчик же выбрал вариант №6.

Анализ ответов показывает, почему респонденты не выбрали вариант №6:

- символ открытой книги приводит в заблуждении относительно деятельности компании;
- три пересекающиеся окружности ассоциируются с физикой;
- логотип больше подходит книжному магазину.

При всех культурных различиях потребителей разных стран и целевых групп, разнообразии категорий рекламируемых продуктов, типов самой рекламы и ее носителей, реакций индивидов на рекламу остаются неизменными. Универсальность – важное преимущество рассмотренной модели, т.к. она:

- не требует культурной адаптации, что очень существенно при предварительном тестировании международных рекламных кампаний;
- применима к рекламе любого типа – телевизионной, радио, печатной – на любой стадии разработки;
- может быть использована для тестирования рекламы продуктов любых категорий.

НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

А.А. Тихоновец, Е.В. Гапоненко

Научный руководитель – к.э.н., доцент *Т.А. Вerezубова*
Белорусский государственный экономический университет

Под налоговым контролем понимается система мер по контролю за исполнением налогового законодательства, в том числе за правильностью исчисления и своевременностью уплаты установленных налогов и других обязательных платежей в бюджет и внебюджетные фонды. Цель налогового контроля заключается в обеспечении своевременного и полного поступления налогов и других обязательных платежей в бюджет и внебюджетные фонды, в установлении отклонений от норм действующего налогового законодательства с тем, чтобы компенсировать причиненный государству ущерб, привлечь виновных к ответственности, устранить условия, способствующие повторению аналогичных нарушений в будущем.

Налоговый контроль в Республике Беларусь осуществляют налоговые, таможенные органы, органы государственного контроля и др. Основная роль в осуществлении налогового контроля принадлежит налоговым органам. Следует отметить, что степень готовности граждан к добровольному и сознательному выполнению налогового законодательства напрямую связана с тем, насколько беспристрастной, эффективной и действенной общественность считает деятельность налоговых органов. Для этого необходимо, чтобы налоговые органы не только обеспечивали выполнение доходной части бюджета, но и оказывали налогоплательщикам всестороннюю помощь в выполнении ими налоговых обязанностей.

Практика применения сложившегося в Республике Беларусь налогового законодательства выявила ряд недостатков в налоговой системе, что затрудняет эффективное осуществление налогового контроля. К числу этих недостатков относятся:

--отсутствие ясности и чёткости в определении многих категорий и понятий, используемых в налоговом законодательстве;

--сложность методологии исчисления отдельных налогов (например, налога на добавленную стоимость). Это создаёт проблемы при исчислении и уплате налогов не только у налогоплательщиков, но и у контролирующих органов;

--несистемность и многочисленность налоговых льгот;

--многочисленность нормативных актов и частое несоответствие налоговых законов и законов, относящихся к другим отраслям права, но вторгающихся в вопросы регулирования налоговых отношений, что позволяет по-разному трактовать законодательство, что в свою очередь приводит к возникновению различного рода нарушениям со стороны плательщиков и налоговых органов.

Некоторые из этих недостатков в настоящее время устранены благодаря принятию Налогового Кодекса Республики Беларусь. Так, например, в случае расхождения акта налогового законодательства с актом другой отрасли права, содержащим вопросы налогообложения, применяются положения акта налогового законодательства. Особое место в Кодексе отведено вопросам налогового контроля и путям его совершенствования. В частности, для повышения его эффективности детально регламентируются вопросы учета плательщиков и налоговых проверок, включая порядок получения от плательщиков и других лиц необходимых сведений и документов, привлечения для проведения налоговой проверки специалистов и экспертов, осмотра помещений и территорий, используемых плательщиком для осуществления своей деятельности.

Для усиления эффективности налогового контроля было бы целесообразно упростить методологию исчисления отдельных налогов, а также привести в соответствие инструкции с актами более высокой юридической силы (законами). Также требует совершенствования организация структуры налоговых органов, которая в настоящее время отличается громоздкостью и слабым согласованием в работе отделов по контролю за различными сферами деятельности.

Литература

1. Налоги: Учебник / Под общ. ред. Н.Е.Заяц, Т.И.Василевской.—Мн.:БГЭУ,2000;
2. Ханкевич Л.А. Налоги и налоговое право Республики Беларусь.—Мн.,1999.

ФОРМИРОВАНИЕ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДОХОДА ОТ ОСНОВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

О.С. Ткаченко

Научный руководитель – к.э.н., доцент *З.А. Никифорович*
Белорусский государственный экономический университет

Реформирование белорусской экономики обусловило коренные изменения в организации и ведении финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей народного хозяйства, в том числе и торговли. В первую очередь изменились экономические приоритеты. Во главу угла, в настоящее время ставится обеспечение не только безубыточной деятельности