

Налоговое консультирование – предпринимательская деятельность по оказанию консультационных и иных сопутствующих услуг в сфере отношений, регулируемых налоговым законодательством.

Налоговое консультирование включает в себя:

консультирование по вопросам налогообложения;

оказание услуг по ведению бухгалтерского и налогового учета, составлению отчетности, налоговых деклараций и др.;

представительство интересов консультируемых лиц в налоговых правоотношениях на основании договора возмездного оказания услуг по налоговому консультированию.

В роли квалифицированного посредника между налоговым органом и налогоплательщиком выступает налоговый консультант.

Услуги налогового консультанта варьируют от разъяснения налогового законодательства, оптимизации налогов в текущей и инвестиционной деятельности до комплексного налогового обслуживания клиентов. Важным атрибутом института налоговых консультантов является наличие личной ответственности за ошибки, допущенные в ходе выполнения своих функций.

Налоговое консультирование играет определенную роль в условиях рыночной экономики как самостоятельный вид деятельности. Его значение для предпринимателей трудно переоценить, поскольку непосредственно сказывается на выполнении обязанностей налогоплательщика, определенных налоговым законодательством.

УДК 659.4

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ СКРЫТОГО ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ

Семченкова Д.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Аснович Н.Г.
Белорусский национальный технический университет

Продвижение любых товаров и услуг невозможно без рекламы. Однако люди устали от традиционной подачи рекламных предложений. В течение дня взгляду пользователя встречаются сотни объявлений, баннеров, роликов, среди которых тяжело выделить ценную информацию. Поэтому на них реагируют негативно или вообще не замечают. Выход из сложившейся ситуации один: искать альтернативные методы.

Один из таких методов – партизанский маркетинг. Впервые этот термин ввел в американский маркетинг Джей Левинсон в 1984 г. Под этим

понятием подразумевается малобюджетный способ продвижения. Немногое, что требуется для партизанского маркетинга – это время и креативная идея.

Цель партизанского маркетинга – предоставить информацию таким образом, чтобы воздействовать на процесс принятия решений, осуществляемый потенциальными покупателями. Проще говоря, оказать влияние.

В основе партизанской рекламы лежит принцип удовольствия. Она стремится удивить и развлечь потребителя. А для этого необходимо стать ближе к потребителю. Потому билборды в больших городах заменяются на граффити, а телевизионные ролики - на интернет-клипы, которые скучающие офисные работники пересылают друг другу по интернету.

Инструмент предназначен для малых и средних звеньев бизнеса, фирм со скромным бюджетом, но используется и крупными корпорациями. Благодаря ему становится возможным добраться до покупателей, которых не цепляет обыкновенная реклама.

В последнее время методы и инструменты партизанского маркетинга вытесняют привычную рекламу. Он доказал свою эффективность и активно используется предпринимателями и компаниями самого высокого уровня, помогая экономить бюджет и находить подход к каждому клиенту.

УДК 339.9

ВАЛЮТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Семченкова Д.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Данильченко Т.В.
Белорусский национальный технический университет

Валютные отношения являются одной из наиболее сложных и важных сфер рыночного хозяйства. В них фокусируются проблемы национальной и мировой экономик, развитие которых исторически идет параллельно и тесно переплетается.

В Беларуси существует проблема снижения внешнеэкономической деятельности (ВЭД), прежде всего, из-за сокращения объемов экспорта и роста импорта. Причины снижения ВЭД: невысокая экспортная активность, инфляционные ожидания и другие факторы, и как следствие, снижение притока иностранной валюты в страну.

Одними из направлений внешнеэкономической политики государства являются валютное регулирование и контроль.