

Методы расчета налоговой нагрузки на предприятии

*Мамыко В. И., Рожко А. В., студ. III к. БГЭУ,
науч. рук. Филиппович Е. С. канд. эк. наук, доц.*

В анализе хозяйственной деятельности любой организации важную роль играет оценка налоговых обязательств, которая позволяет определить, насколько обременительна существующая налоговая система для экономического субъекта и какую долю ресурсов отвлекают платежи в бюджет, то есть определить налоговую нагрузку предприятия. Путем оценки уровня и динамики различных показателей налоговой нагрузки можно оценить применяемую систему налогообложения и сделать вывод о направлениях налоговой оптимизации.

Наиболее общее представление об уровне налоговых изъятий у предприятий в бюджет дает показатель налоговой нагрузки, рассчитываемый как отношение всех начисленных налогов к выручке от реализации товаров (работ, услуг). Его динамика отражает тенденцию роста (снижения) совокупного налогового бремени, возлагаемого на хозяйствующие субъекты. Однако данный показатель не учитывает ряд факторов:

- структуру выручки от реализации товаров (работ, услуг);
- состав налоговых платежей;
- показатель не соотносит сумму налога с конкретным источником его уплаты [1].

Поэтому применение данного показателя в качестве единственного критерия, характеризующего тяжесть налогового бремени предприятия не достаточно информативно.

Соотношение сумм начисленных налогов и показателей, характеризующих объекты налогообложения (выручка от реализации товаров (работ, услуг), прибыль и затраты), дает более существенную оценку налоговой нагрузки предприятия, так как данный подход позволяет конкретизировать воздействие отдельных групп налогов на доходы, расходы и прибыль предприятия. Для этого рассчитываются следующие коэффициенты:

- налоговой емкости выручки от реализации товаров (работ, услуг) — отношение налога на добавленную стоимость (исчисленного) и акцизы к выручке от реализации товаров (работ, услуг);

- налоговой емкости затрат — отношение суммы налогов (налога на добычу (изъятие) природных ресурсов, экологический налог, налог на недвижимость, земельный налог) к затратам по производству и реализации товаров (работ, услуг);

- налоговой емкости прибыли — отношение налоговых издержек, относимых на прибыль, к прибыли от финансово-хозяйственной деятельности;

— общий коэффициент результативности налогообложения — отношение чистой прибыли к совокупности налоговых издержек.

Однако расчет совокупного показателя налоговой нагрузки этим методом довольно сложен, трудоемок и поэтому малоэффективен [1].

Некоторые специалисты считают, что обобщающий уровень налоговой нагрузки на предприятие правильнее определять, исходя из соотношения суммы всех налогов, включая налог на добавленную стоимость (к уплате), так как последний является основным источником доходов в бюджет. Добавленная стоимость является источником собственного дохода предприятия и источником уплаты налоговых платежей в государственный бюджет. Однако в качестве критерия принятия управленческих решений данный показатель целесообразно применять на стадии создания бизнеса для сопоставления величины налоговой нагрузки в различных отраслях и типах производства с проекцией на финансовый результат. Так как создание нового бизнеса процесс сложный и на начальной стадии очень затратный, а налоги, как правило, занимают большой удельный вес — сравнение с отраслевыми значениями будет иметь большой интерес.

Всемирный банк при расчете налоговой нагрузки использует другую методику. Она соотносит налоговые платежи с коммерческой прибылью. На данный момент существует адаптированная модель расчета налоговой нагрузки к отечественному бухгалтерскому и налоговому учетам. Отношение совокупности всех налогов, непосредственно воздействующих на величину прибыли и уплачиваемых за счет прибыли, к сумме расчетной прибыли, выраженной в процентах, отразит реальный уровень ее налогового изъятия в государственный бюджет [1].

Преимущество данного показателя заключается в универсальности, так как он отражает все налоговые платежи, также содержит множество показателей, относящихся к факторному анализу.

Проанализировав налоговую нагрузку на одном из предприятий в сфере торговли, мы пришли к выводу, что на уровень налогового бремени могут влиять различные факторы. Для торговли это, прежде всего, вид реализуемых товаров, особенности его финансово-хозяйственной деятельности и другие факторы.

Для принятия правильных управленческих решений необходимо проведение комплексной оценки налоговой нагрузки, рассчитанной с использованием разных методик. Данные методики расчета налоговой нагрузки имеют свои достоинства и недостатки. Применение комплексной оценки позволит нивелировать недостатки или, наоборот, выделить те методики, которые для определенного экономического субъекта являются наиболее информативными.

Литература

1. Кисель, И. А. Анализ применяемых в практике показателей результативности налогового менеджмента на предприятии / И. А. Кисель // Экономика и банки: научно практический журнал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ojs.polessu.by/EВ/article/view/368/367>. — Дата доступа: 20.04.2016.
2. Кисель, И. А. Методика оценки влияния налоговой нагрузки на финансовые результаты деятельности предприятия в системе налогового менеджмента / И. А. Кисель // Экономика и банки: научно практический журнал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rep.polessu.by/bitstream/112/3153/1/6.pdf>. — Дата доступа: 20.04.2016.
3. Анализ хозяйственной деятельности предприятий : учеб. пособие / Л. Л. Ермолович [и др.] ; под ред. Л. Л. Ермолович. — Минск : Современ. шк., 2010. — 800 с.

Важность применения системы менеджмента качества на предприятии

*Матанцев И. Э., магистрант АУнПРБ,
науч. рук. Наливайко Г. М., канд. эк. наук, доц.*

Наиболее примечательной особенностью качества является его динамичность. Гэтч и Дэвис подчеркивают, что качество — это динамичное состояние, ассоциируемое с товарами, услугами, процессами, людьми и окружающей средой, которое соответствует или превосходит ожидания и помогает производить ценность высшего качества [1, с. 4]. Под этим подразумевается то, что приемлемые уровни качества не являются фиксированными, а меняются с опытом и взглядом на мир клиентов.

Качество определяется потребителем, оно связано с созданием ценности для потребителя; качество товара или услуги соответствует или превосходит весь спектр ожиданий клиентов, которые могут быть невысказанными. Как сложное понятие качество может быть адресовано ко всей организации, работающей вместе [2, с. 11].

Важность параметра качества (product quality) подтверждено исследованиями, проведенными учеными К. Кристенсенем, К. К. Далгаардом и Канджи еще в 1992 году, когда была оценена значимость показателя качества в сравнении с показателями предпринимательской деятельности — рыночной ценой (market price), гарантией (warranty), рассмотрением жалоб (handling of complaints), доставкой (delivery) (рис. 1).