

годы, появлением ряда новых услуг рекламных агентств, а также появлением незначительного числа специалистов в данной области.

Самое большое влияние интернет-маркетинг в Беларуси оказал на торговлю. В 2011 году в нашей стране было зарегистрировано 3700 интернет-магазинов, их товарооборот составил 231,6 млрд рублей. Однако в 2012 году прогнозируется снижение количества подобных магазинов по причине высокого уровня конкуренции, существующего в данном сегменте рынка.

Сегодня многие предприятия обращаются к интернет-маркетингу с целью привлечения большего количества клиентов, улучшения качества продукции (услуги), а также поиска зарубежных партнеров. В Беларуси активно появляются организации, оказывающие различные услуги в сфере интернет-маркетинга. В 2011 году объем рынка рекламы в интернете составил 6 млн долл. Ситуация на рынке маркетинга в Беларуси в значительной степени зависит от общего экономического состояния в стране. По прогнозам аналитиков, в 2012 году рынок интернет-рекламы вырастет на 25 %.

Чтобы успешно развивать маркетинг в сети интернет в Беларуси необходимо решить ряд проблем:

- разработать законодательство в сфере оказания интернет-услуг;
- требуется большое количество профессиональных интернет-маркетологов, которые хорошо владеют спецификой белорусского рынка;
- обеспечить активное развитие малого бизнеса в данной сфере.

Только при решении данных проблем интернет-маркетинг в Республике Беларусь достигнет больших высот.

Литература

1. Халлиган, Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган. — М. : «Диалектика», 2010. — 456 с.

Отражение логистических затрат в налоговом учете

*Филимонова О. В., студ. IV к. БГЭУ,
науч. рук. Везубова Т. А., канд. эк. наук, доц.*

Логистика представляет собой науку о планировании и контроле материальных и нематериальных операций, совершаемых в процессах доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя, передачи, хранения и обработки соответствующей информации, а также об управлении этими процессами [1]. Основные направления развития национальной логистической системы закреплены в

Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года [2].

Основная задача логистики — оптимизация затрат на доставку товара необходимого качества и ассортимента в необходимом количестве в нужное время в нужное место. Наибольший удельный вес в логистических затратах занимают транспортно-заготовительные, складские и управленческие. Следовательно, при определении прибыли от реализации приобретенных товаров необходимо уделить должное внимание исчислению и распределению данных видов затрат. Рассмотрим налоговый учет логистических затрат в разрезе транспортно-заготовительных расходов.

Согласно подпункту 2.2 статьи 130 Налогового кодекса Республики Беларусь при определении прибыли от реализации приобретенных товаров отражаются затраты, приходящиеся на фактически реализованные товары [3]. Затраты, приходящиеся на фактически реализованные товары, определяются как разница между суммой затрат, сложившихся за налоговый период с учетом переходящих остатков на начало периода, и суммой затрат, относящихся к остаткам товаров на конец налогового периода. Отметим, что сумма затрат, относящихся к остаткам товаров на конец налогового периода, будет определяться исходя из стоимости товаров, оставшихся на конец периода не реализованными, и средней доли затрат за налоговый период. Средняя доля затрат за налоговый период представляет собой отношение суммы затрат, сложившихся за налоговый период с учетом переходящих остатков на начало этого периода, к сумме стоимости товаров, реализованных в течение периода, и стоимости товаров, оставшихся на конец периода не реализованными [3].

Осуществляя налоговый учет логистических затрат, необходимо принимать во внимание метод признания выручки от реализации товаров, работ, услуг, закрепленный учетной политикой предприятия.

В случае если учетной политикой организации закреплено отражение выручки от реализации товаров по оплате отгруженных товаров, то при распределении затрат остатки товаров определяются с учетом товаров, отгруженных, но не оплаченных.

Если же учетной политикой организации предусмотрен метод признания выручки от реализации по мере отгрузки товаров, то целесообразно списывать в дебет счета 90 «Реализация» все транспортные расходы по доставке товаров покупателям без распределения по мере отгрузки товаров и признания выручки.

В первом случае распределению на сумму затрат, приходящихся на фактически реализованные товары, и сумму затрат, относящихся к остаткам товаров на конец налогового периода, будут подлежать транспортные расходы (если не планируется их включение в цену приобретения товара) и проценты

по кредитам, займам, включаемые в затраты по производству и реализации товаров (работ, услуг).

Распределение транспортных расходов в целях налогового учета целесообразно производить не реже 1–2 раз в год, и в конце отчетного года — за весь год.

Поскольку транспортно-заготовительные расходы, как правило, занимают высокий удельный вес в структуре расходов торгово-производственных предприятий, то было бы целесообразно при выработке учетной политики бухгалтерам принять во внимание метод распределения затрат, предусмотренный Налоговым кодексом, с целью сближения бухгалтерского учета с налоговым и оптимизации выполняемых учетных работ.

Литература

1. Методологические основы логистики. Подходы к определению логистики [Электронный ресурс] / Startlogistic.ru. — Режим доступа: <http://startlogistic.ru/metod/podhod/>. — Дата доступа : 10.04.2012.

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 29.08.2008 № 1249 «О Программе развития логистической системы Республики Беларусь на период до 2015 года» (в ред. постановлений Совмина от 16.12.2008 № 1943, от 13.01.2010 № 27, от 16.07.2010 № 1066, от 18.10.2010 № 1513, от 19.01.2011 № 59, от 08.06.2011 № 737, от 28.08.2011 № 1143, от 02.09.2011 № 1179, от 23.12.2011 № 1729) // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2011.

3. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) от 29 декабря 2009 г. № 71-3 (в ред. Законов Республики Беларусь от 15.10.2010 № 174-3, от 10.01.2011 № 241-3, от 13.12.2011 № 325-3, от 30.12.2011 № 330-3, от 04.01.2012 № 337-3) // Эталон-Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2011.

Психологические аспекты формирования эффективной команды

*Худницкий И. О., студ. 1 к. БГУ,
науч. рук. Плескачева Н. М., канд. психол. наук, доц.*

В наше время все более актуальным становится понятие работы в команде. На фирмах и предприятиях все больше уделяют внимание созданию эффективной команды, что в итоге приводит к более продуктивной работе и доходности. В результате взаимодействия людей в команде появляется возможность за довольно короткий промежуток времени достичь гораздо более высоких результатов, чем работая поодиночке. Ответственность за внедрение командной культуры в организации лежит на ее лидерах. В их обязанности входит задача создать такую обстановку, в которой сможет процветать