

Литература

1. Минсельхоз РФ: Запретить импорт сухого молока из Беларуси невозможно [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.21.by/inosmi/2012/03/20/486028.html>. – Дата доступа : 05.04.2012.
2. Стельмак, М. А. Антидемпинг : как избежать санкций? / А. М. Стельмак // Белорусская экономическая газета. – 2009 – № 43.
3. Так есть ли демпинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mineral.ru/News/15452.html>. – Дата доступа : 04.04.2012.

К вопросу о понятии и роли бюджетного контроля

*Рамашевская И. Р., студ. IV к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. ст. преп. Дуля Е. Н.*

Контроль – важнейший элемент управленческой деятельности, организационного руководства, одна из форм реализации принятых компетентными государственными органами решений.

На сегодняшний день возрастает значение и роль бюджетного контроля в системе государственного управления, совершенствования действующей системы бюджетного контроля в Беларуси.

Необходимо отметить, что действующее бюджетное законодательство не содержит понятия бюджетного контроля. Для определения сущности бюджетного контроля необходимо исходить из того, что контрольная деятельность в сфере бюджетных отношений является частью финансовой деятельности государства.

Главной целью бюджетного контроля является контроль над соблюдением бюджетного законодательства всеми участниками бюджетных отношений. Указанная цель достигается решением следующих задач: соблюдение финансового законодательства; обеспечение эффективного контроля над формированием государственных доходов и рациональным их использованием; соблюдение бюджетного процесса; пресечение и предупреждение правонарушений в бюджетной сфере; проверка и координация деятельности контрольных органов.

Объектом бюджетного контроля являются денежные отношения, складывающиеся на всех стадиях бюджетного процесса.

Бюджетный контроль представлен следующими видами резервной и аналитической деятельности: контроль над выполнением основного финансового плана страны – бюджета по доходам и расходам; сбор, накопление финансовой информации, в том числе результатов налогового контроля, анализ этой информации и разработка предложений по дополнительному привлечению финансовых ресурсов в бюджет. Бюджетный контроль осу-

ществляется в учреждениях и организациях, финансируемых из бюджета, а также на предприятиях негосударственного сектора, которые осуществляют работы, оказывают услуги, проводят мероприятия, финансируемые из бюджета [2, с. 8].

Бюджетный контроль регулирует выполнение субъектами бюджетных правоотношений, установленных законом правил поведения в области образования, распределения и использования бюджетных средств. Контроль за исполнением республиканского бюджета и местных бюджетов осуществляется Президентом Республики Беларусь, Парламентом Республики Беларусь, Правительством Республики Беларусь, органами Комитета государственного контроля Республики Беларусь, местными Советами депутатов, Министерством финансов, его территориальными органами, местными финансовыми органами, Министерством по налогам и сборам Республики Беларусь и инспекциями Министерства по налогам и сборам, таможенными органами Республики Беларусь, местными исполнительными и распорядительными органами.

Согласно Бюджетному кодексу Республики Беларусь, к полномочиям органов Комитета государственного контроля Республики Беларусь по контролю за соблюдением бюджетного законодательства относится осуществление контроля за: исполнением доходных и расходных частей республиканского бюджета и местных бюджетов, бюджетов государственных внебюджетных фондов; своевременностью и полнотой поступления доходов, целевым и эффективным расходованием средств республиканского бюджета и местных бюджетов, бюджетов государственных внебюджетных фондов; соблюдением других норм бюджетного законодательства [1].

К полномочиям Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь и инспекций Министерства по налогам и сборам по контролю за соблюдением бюджетного законодательства относится осуществление, в пределах их компетенции, контроля за поступлением доходов в республиканский бюджет и местные бюджеты.

Из этого следует, что на республиканском уровне контроль за использованием бюджетных средств реализуется успешно. В результате данных мероприятий в бюджет взыскиваются и восстанавливаются большие объемы денежных средств.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что бюджетный контроль представляет собой вид государственного финансового контроля, осуществляемый в сфере бюджетной деятельности направленный на установление законности, достоверности, экономической эффективности деятельности участников бюджетного регулирования и бюджетного процесса.

Литература

1. Бюджетный кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей 17 июня 2008 г. : одобрен Советом Республики 28 июня 2008 г. : текст Ко-

декса по состоянию на 30 декабря 2011 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 5. – 2/1883.

2. Мельникова, Н. А. Бюджетная и налоговая система Республики Беларусь : учеб. пособие / Н. А. Мельникова. – Минск : БГУ, 2005. – 262 с.

Информационное обеспечение маркетинговой деятельности современного бизнеса

*Рутко Е. Д., студ. III к. БГЭУ,
науч. рук. проф. Акулич И. Л., д-р эк. наук*

Характерной особенностью современной экономики является *ускорение бизнес-процессов*, вызванное увеличением объема знаний и нововведений во всех секторах производства, ростом интенсивности информационных потоков, формированием альтернативной коммуникационной среды и фрагментации каналов коммуникации. Использование компьютерной техники, программ, баз данных, телекоммуникаций и сетей позволяет осуществить интеграцию всех имеющихся информационных источников и перейти от набора разрозненных данных к системам информационного обеспечения маркетинговой деятельности, предназначенным для поддержки маркетинговых управленческих решений.

Составной частью маркетинга, охватывающей вопросы настраивания бизнес-процессов на нужды и обслуживание клиентов, на использование эффективных взаимоотношений с клиентами, выступает система управления взаимоотношениями с потребителями (Customer Relationships Management – Управление взаимоотношениями с клиентами). CRM – это стратегия предприятия, реализуемая на основе использования современных ИТ, и ориентированная на установление прочных и взаимовыгодных взаимоотношений с клиентами с учетом их индивидуальных особенностей. CRM позволяет добиться значительного роста количественных и качественных показателей при привлечении и удержании заказчиков, за счет сбора и обработки всей информации о контактах с ними [1].

Главная задача CRM – это внедрение технологий, позволяющих привлекать и удерживать клиентов, изыскивать возможности увеличения объема продаж и сокращения расходов. Основой классической CRM-программы является: расширенное «досье» на каждого клиента; подробная фиксация всех коммуникаций (звонков, встреч, документов и пр.); обеспечение установленного бизнес-процесса сделки [2]. В таких случаях внедрение CRM-программы не вызывает особых трудностей, так как все процессы компании уже подготовлены нужным образом и остается только заменить существующий бумажный документооборот на электронный.