

УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Международная практика доказала существенную роль малых предприятий в экономическом и социальном развитии общества. Их деятельность содействует формированию равномерной и устойчивой экономике, расширению здоровой конкуренции хозяйственных субъектов. С помощью малых предприятий решается и ключевой вопрос – снижение социальной напряженности в регионах с высоким уровнем безработицы. Все эти аспекты, а также специфика малого бизнеса – более высокие расходы при ведении малого бизнеса; проблемный доступ к информации и кредитным ресурсам, недостаточный уровень профессиональной подготовки начинающих предпринимателей и многие другие – позволяют говорить о необходимости специальных мер по содействию развитию малого предпринимательства. Одним из важнейших факторов, который может оказать позитивное влияние на исправление этой ситуации, является рациональная налоговая политика, стимулирующая развитие малого бизнеса. В этой связи обоснование эффективной налоговой политики, выбор и применение активных финансовых инструментов, содействующих укреплению финансового потенциала малых предприятий, можно отнести к актуальным вопросам современной экономики. Система налогообложения субъектов малого предпринимательства в Республике Беларусь является достаточно сложной и включает много видов платежей. Трудоемкими остаются методы определения облагаемого дохода, обоснование размеров обязательных платежей и периодической налоговой отчетности.

Одним из вариантов совершенствования налоговой системы является модификация упрощенной системы налогообложения по принципу применения нескольких ставок налога на доход.

Результаты исследования проблемы применения упрощенной системы налогообложения субъектов малого предпринимательства позволяют сделать следующие выводы:

- действующая система налогообложения малых предприятий Республики Беларусь слабо стимулирует их развитие. Достаточно высокий уровень обложения доходов ограничивает величину собственных ресурсов и доступ к внешним источникам финансирования стратегических целей этих субъектов;
- изменению данной ситуации может помочь реализация рациональной налоговой политики, активизация финансовых инструментов, позитивно влияющих на увеличение и модернизацию малого предпринимательства;
- при решении данной проблемы целесообразно использовать опыт передовых стран по снижению бремени налогообложения субъектов малого бизнеса и применения прогрессивных методов стимулирования их развития;
- возможность выбора различных режимов налогообложения, предоставленного непосредственно самому субъекту малого бизнеса, позволит учесть специфику различных видов коммерческой деятельности.

ЕВРОПЕЙСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В ОБЛАСТИ ИННОВАЦИЙ

Расширение межгосударственного сотрудничества в инновационной сфере во многом определяется вызовами современной эпохи: процессами глобализации, интернационализации и регионализации, переходом к экономике знаний, развитием новых

технологий и радикальными переменами в окружении предприятия. Кооперация может быть двусторонней или многосторонней, с разными уровнями сотрудничества и централизации.

1. Лиссабонская стратегия ЕС (2000 – 2010 г. г.), обозначившая общеевропейские ориентиры в области инноваций. Провозглашена вследствие как очевидности факта значительного отставания ЕС от США и Японии в коммерциализации результатов исследований, особенно в высокотехнологичных отраслях, так и понимания необходимости сплочения сил на инновационном поле, проведения комплекса взаимосвязанных и взаимодействующих реформ.

Задачу достижения наивысшей конкурентоспособности усложняет необходимость ее осуществления в рамках европейской модели, подразумевающей экономическую открытость, социальную сплоченность и партнерство, охрану окружающей среды.

Опубликованный в ноябре 2004 г. отчет комиссии под председательством Вима Кока анализирует проблемы, существующие в ЕС: старение населения, расширение самого союза, несовершенство внутреннего рынка, низкие темпы унификации национальных законодательств, неудовлетворительная степень ответственности за реализацию стратегии. Амбициозная цель – к 2010 г. опередить в конкурентоспособности США – все чаще подменяется более сдержанной – экономический рост.

Среди рекомендаций комиссии Вима Кока принципиальным является усиление роли и полномочий центральных институтов в организации, финансировании и контроле осуществления реформ. Акцент делается и на всемерной популяризации идей Лиссабона среди всех слоев общества. Несмотря на возникшие сомнения в следовании букве Лиссабонской стратегии, бесспорно, что необходимым условием динамичного экономического роста является результативный и эффективный инновационный процесс.

2. Программа европейского сотрудничества в области прикладных исследований EUREKA (с 1985 г.), объединяющая 33 государства и ЕС, может служить ярким примером сотрудничества, основанного на инициативе снизу. Ее целями являются создание условий для роста производительности и конкурентоспособности европейской промышленности и развитие ее общей инфраструктуры.

Кооперация носит сетевой характер, обладает необходимой гибкостью и быстрой процедур. Компетенция органов управления ограничена вопросами стратегического развития (конференция министров правительств стран-участниц), координацией, информационной поддержкой, стандартизацией, охраной авторских и промышленных прав (брюссельский Секретариат). Тематика проектов принципиально не ограничивается, приоритетными областями являются: информационные технологии (46%), новые материалы (7%), телекоммуникации (7%), робототехника и автоматизация производства (7%), транспорт (7%), биотехнологии (6%), охрана окружающей среды (5%), энергетика (1%).

Отсутствие единого фонда и централизованного выбора проектов возлагает инициативу и финансирование на промышленные предприятия, исследовательские организации и вузы. Благодаря государственной поддержке программы в большинстве членских стран возможна быстрая аккумуляция финансовых средств из разных источников.

Сотрудничество развивается в двух основных направлениях: образование долгосрочных стратегических кластеров и индивидуальные инновационные проекты. Проекты гражданского характера в частном и общественном секторах экономики ориентированы на достижение высокой степени инновационности и прибыльности коммерческого использования результатов – новых высокотехнологичных товаров, технологий или прогрессивных услуг, способных завоевать мировой рынок.

Выгоды подключения к инициативе EUREKA для малых и средних предприятий (МСП) очевидны: возможность освоения глобальных тем, снижение риска и затрат, выход на новые рынки и уровни компетентности.

Иванчикова Е.Н., БГСХА (Горки)

МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ РЫНКАМИ

Организация маркетинговых служб должна быть построена по трем основным направлениям. Первое направление – организация обеспечения оперативной рыночной информацией всех заинтересованных субъектов рынка, и в первую очередь товаропроизводителей.

Основная роль в получении маркетинговыми службами сельскохозяйственных предприятий и всеми другими товаропроизводителями района необходимой информации должна принадлежать государственным маркетинговым службам районного уровня, которые могут организовать:

– сбор информации от всех рыночных субъектов района и снабжение ею всех заинтересованных структур на территории района;

– передачу собранной информации, в том числе и в обобщенном виде, в областной маркетинговый центр;

– прием, анализ и снабжение рыночных субъектов района аналогичной информацией, поступающей из областного маркетингового центра в разрезе районов области, других областей страны, стран ближнего и дальнего зарубежья с рекомендациями о возможных рынках сбыта (или покупки продукции), а также приобретения материально-технических ресурсов и услуг.

Областной маркетинговый центр должен собирать, анализировать, обобщать и распространять поступающую информацию из районов вверх – в республиканский маркетинговый центр, а поступающую из республиканского маркетингового центра – по областям, зарубежным странам – вниз, в районные маркетинговые центры.

Республиканский маркетинговый центр будет изучать рынки зарубежных стран, собирать, анализировать и обобщать информацию, поступающую из областных маркетинговых центров, и в разрезе областей и зарубежных стран передавать ее в регионы.

Второе направление деятельности маркетинговых служб связано с разработкой прогноза конъюнктуры на рынке сельскохозяйственного сырья и продовольствия на основе выявления и анализа внешних и внутренних факторов, спроса и предложения товаров и уровня рыночной цены.

Информационной базой разработки прогнозов служат: мониторинг нормативно-правовых актов по проведению общеэкономической и аграрной политики, политики на конкретном товарном рынке и сопряженных с ним рынках как внутри страны (на республиканском и региональных уровнях), так и за ее пределами; прогнозы, выполняемые различными отечественными и зарубежными организациями и службами; статистическая и ведомственная отчетность. При анализе такой информации важно не только составить представление о намечаемых тенденциях, но и спрогнозировать их последствия, дать им количественную оценку.

Прогнозы должны доводиться до всех участников рынка, а также передаваться в органы управления АПК.

Третье направление деятельности государственных маркетинговых служб связано с разработкой предложений законодательным и исполнительным органам власти по