

него почву и условия, при которых у него будут наилучшие шансы, чтобы стать вирусным. Для создания успешной вирусной кампании необходимо осознавать три важных правила:

- легкость распространения;
- скорость;
- новизна.

Для успешного запуска вирусной кампании надо понимать, что вирус должен:

- иметь четкий сценарий, необходимо заранее продумать, как будет происходить распространение, по шагам, по датам;
- иметь аудиторию, которая будет его распространять. Эти люди должны быть активными пользователями сети интернет, если вирус запущен в ней;
- легкость распространения. У распространителей не должны возникать никакие сложности, при продвижении вируса. Необходимо заранее обеспечить вирус всеми техническими возможностями;
- уникальность. Вирус должен быть новым, уникальным, невиданным ранее. Если этого не будет, то и не будет его распространения. Использовать чужие или банальные идеи не имеет никакого смысла.

Вследствие того, что у большинства населения наблюдается низкий уровень доверия к рекламе вообще, а тем более исходящей от компании-производителя, основной принцип вирусного маркетинга заключается в том, что человек, получающий информационное сообщение, должен быть уверен, что оно исходит от лица незаинтересованного, например, от знакомого, или незнакомого, но ни в коем случае не имеющего общего интереса с рекламной компанией. Например, человек с готовностью выслушает от «живого человека» положительные отзывы о товаре и, скорее всего, купит этот товар. И наоборот: увидев рекламный ролик этого товара, он его проигнорирует, поскольку распространено мнение, что, реклама приукрашивает качества товара.

Мир меняется очень быстро, и скорость его изменения возрастает с каждым днем. Вирусный маркетинг – это способ быть адекватным этим изменениям. Это «новый» маркетинг, где в центре внимания всегда потребитель, который погружен с головой Интернет.

Таким образом, «вирусный маркетинг» – это не так уж и сложно: необходимо дать людям интересные темы для разговора и обеспечить им комфортные условия для общения. Вирусный маркетинг прекрасный способ продвижения, но, как и любой другой, он требует тщательного планирования, длительного выстраивания дружеских отношений с клиентами и понимания сути проблемы.

*И.А.Лукьянова, канд. экон. наук, доцент
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

НАЛОГОВАЯ СТРАТЕГИЯ БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВА

Стимулирование инновационного развития является важнейшей составляющей экономической политики большинства современных государств. Очевидно, что при разработке вариантов, способов и методов вмешательства в экономические процессы государству важно представлять возникающие при этом последствия. В настоящее

время большинство исследователей выделяет три достаточно серьезных проблемы, с которыми сталкиваются разработчики тех или иных мер государственной политики при попытке оценить ее влияние на инновационное развитие.

Во-первых, не существует общей «успешной модели» стимулирования инноваций, использование которой может быть универсальным.

Во-вторых, ввиду длительности и сложности самого инновационного процесса на него оказывает влияние множество различных факторов. При этом факторы могут влиять на отдельные этапы развития инновации по-разному. Они могут усиливать либо нивелировать друг друга и т.д. Следовательно, их оценка чрезвычайно затруднена.

В-третьих, трудно предугадать результаты государственного вмешательства, поскольку любая политика или стратегия может иметь непредусмотренные эффекты, а достижение главных целей часто занимает больше времени, чем было предусмотрено заранее.

Представляет интерес разработка подходов к построению практической модели реализации политики налогового стимулирования инноваций.

Роль современного государства при разработке его экономической стратегии заключается в обеспечении достижения баланса между интересами бизнеса и общенациональными приоритетами, который невозможен без использования качественного налогового механизма. В частности, ускорение экономического роста в результате интенсификации инновационного процесса напрямую зависит от притока инвестиций в научно-техническую сферу, в венчурный бизнес. Очевидно, что фискальная политика может как минимум обеспечить приоритеты, принятие государством, посредством соответствующих инструментов.

Налоговый механизм представляет собой совокупность методов, форм и правил осуществления налогообложения в конкретных социально-экономических условиях. Основными его элементами являются три вида финансово-экономической деятельности:

- установление и оценка плановых, фактически используемых и прогнозируемых налоговых обязательств субъектов налоговых правоотношений (налоговое планирование и прогнозирование);
- принятие научно обоснованных мер, текущего и перспективного вмешательства в процесс формирования бюджета страны (налоговое регулирование);
- контроль правильности исполнения налогового законодательства, своевременности и полноты налоговых поступлений в бюджет от налогоплательщиков и применение санкций при выявленных нарушениях (налоговый контроль).

Ключевым элементом налогового механизма, способным кардинально повлиять на объем инвестиций в инновационную и научную сферу является *налоговое регулирование*.

Участие налогов в регулировании экономических процессов может осуществляться косвенно – через влияние на экономику системы государственных расходов (закупок), осуществляемых за счет собранных налогов, и прямо — посредством воздействия на уровень потребительских и инвестиционных расходов. Однако методы и последствия косвенных регуляторов в большей степени относятся к области бюджетной политики.

Налоговое регулирование – есть процесс воздействия налоговой системы на экономическое поведение субъектов налоговых отношений посредством применения системы особых мероприятий и инструментов, имеющий целью достижение задач экономической политики государства. *Основной задачей создания механизма налого-*

вого регулирования является достижение баланса целей, интересов и возможностей государства и налогоплательщика, позволяющего обеспечить эффективность экономической политики.

В мировой практике известны следующие наиболее распространенные методы налогового регулирования:

- включение в систему налогов дополнительных или изъятие из системы налогов, ранее уплачиваемых;
- замена одних способов или форм налогообложения другими;
- дифференциация ставок налога;
- установление налоговых льгот (общих и специальных) и преференций, их переориентация по направлениям, объектам и плательщикам (в частности, полное или частичное освобождение от налогов, освобождение от уплаты налогов, отсрочка платежа или аннулирование задолженности и возврат ранее уплаченных сумм);
- изменение субъектного состава налогов;
- применение налоговых каникул;
- использование ускоренной амортизации;
- предоставление налоговых кредитов, рассрочек, отсрочек.

Результативность влияния государства на поведение экономических агентов, а через них на макроэкономические пропорции определяется способностью комплексно использовать имеющиеся налоговые инструменты для обеспечения необходимого воздействия на поведение субъектов налоговых отношений.

Налоговая теория рассматривала в ракурсе проблем налогового регулирования результаты изменения спроса и предложения под воздействием введения налогов в ситуации с различной эластичностью спроса и предложения [1]. Принцип второго лучшего (правило Корлетта–Хейга), правило Рамсея, предполагающие возможность достижения оптимальной структуры налогообложения товаров, при которой компенсированный спрос на каждый из них уменьшается в одинаковой пропорции по сравнению с доналоговым равновесием, в качестве ориентира имели необходимость достижения нейтральности налогов, т.е. ситуации, когда налоги не приводят к изменению фактической меновой стоимости товаров [2].

Теории «экономики предложения» активно пропагандируют идеи сокращения налогов как панацею для обеспечения экономического роста. В основе подхода заложена классическая идея необходимости обеспечения нейтральности налогов к пропорциям общественного воспроизводства.

Активная фискальная политика большинства европейских государств начала прошлого века основывалась на идее Дж. Кейнса о возможности доведения совокупного спроса до уровня, соответствующего «полной» занятости за счет изъятия при помощи налогов излишних сбережений и направления полученных средств на инвестиции. Прогрессивная структура налогообложения позволяет говорить о наличии внутреннего стабилизатора в налоговой системе, которая обеспечивает сглаживание циклических диспропорций [1, с. 42–43].

Механизм мультипликационного налогового воздействия на экономику, связанный с многократной реакцией потребления на однократное изменение налогов, активно исследовался последователями Кейнса.

Использование данной научной идеи, предполагающей, что увеличение либо сокращение налогов соответственно угнетает или стимулируют совокупный спрос,

изменяет, в конце концов, равновесный уровень дохода (выпуска) в экономике, позволяет спрогнозировать компенсацию потерь бюджета, связанных с применением льготных ставок и режимов налогообложения.

В целом, налогообложение может явиться мощным ресурсом стимулирования внутренних инвестиций на государственном уровне.

Вопросы обеспечения инновационного развития экономики неразрывно связаны с изысканием источников финансирования инноваций, то есть ресурсов для осуществления капитальных вложений, а также обеспечения оборотными средствами инновационного процесса.

Налогообложение оказывает воздействие на объем инвестиций, поскольку налоги и сборы фактически являются дополнительным элементом в составе затрат при найме персонала (отчисления в фонды социального страхования), приобретении техники (пошлины и налоги, связанные с ввозом оборудования) и т. д.

При определении механизма воздействия налогов на инвестиционную активность в инновационную сферу важно учитывать воздействие налогов на эффективность инвестирования. Так, например, сокращение фактической величины прибыли на капитал за вычетом налогов в силу увеличения налоговой нагрузки на дивиденды или проценты равнозначно удорожанию будущего потребления и приводит к сокращению накоплений. Подходные налоги за счет сокращения величины дохода, получаемого на руки, ведут к сокращению нынешнего потребления и сбережений. В итоге, если существующая налоговая система приводит к снижению уровня сбережений домашних хозяйств и если экономика является закрытой, то процентная ставка будет повышаться, что приведет к сокращению спроса на инвестиционный капитал.

Вместе с тем в экономике открытого типа капитал может поступать из других государств, и поэтому уровень инвестиций зависит от процентной ставки, преобладающей в мире, а не только от ставки по внутренним сбережениям. В таком случае налоги на доходы от сбережений окажут лишь ограниченное воздействие на уровень инвестиций. Однако налоги, связанные с репатриацией капитала и процентов на капитал, могут оказать существенное влияние на поступление инвестиций извне.

Особую сложность представляет оценка социальных последствий мер налоговой политики, поскольку они, как правило, трудно исчисляемы. При этом нужно понимать, что в ряде случаев этот социальный эффект является единственным результатом на первоначальном этапе применения льготы или освобождения и позволяет получить нейтральность лишь в далекой перспективе и опосредованно. Вместе с тем при разработке налоговой стратегии требуется максимально полный прогноз последующих изменений.

При разработке стратегии стимулирования инноваций следует принимать в расчет два вида возможных мер налоговой политики:

- дискреционные меры. Данные меры должны быть направлены на достижение конкретного результата посредством применения специальных правил исчисления налогов. Это достигается манипулированием величиной ставок, дифференциацией ставок по отраслям и видам производств, предоставлением налоговых льгот, налоговых кредитов и отсрочек, введением возможности ускоренной амортизации для налоговых целей. Именно дискреционные меры в первую очередь являются инструментами налогового регулирования, поскольку способны наиболее существенно влиять на интересы экономических агентов.

- недискреционные меры (или встроенные стабилизаторы). Такие меры должны быть направлены на поддержание циклического развития инноваций, обеспечивать постоянную заинтересованность в получении и использовании новых знаний. К ним можно отнести, например, льготирование капитальных вложений.

Принимая во внимание отличия подходов и задач дискреционного и недискреционного направления налогового регулирования инноваций, требуются различные алгоритмы действий при разработке, внедрении и оценке последствий различных налоговых мероприятий. Основываясь на изложенном выше, предполагаем, что для создания качественного механизма налогового стимулирования инноваций целесообразно говорить о комплексном определении понятия «эффективности».

Процесс налогового регулирования может быть представлен совокупностью последовательных действий, направленных на решение экономической задачи.

Теоретическая модель включает:

- определение ключевых экономических целей и задач;
- изучение эффективности имеющихся механизмов регулирования, в том числе не только налоговых;

- выявление возможности применения налоговых механизмов в решении общеэкономической задачи. На данном этапе анализируются зависимости поведения экономических субъектов от предлагаемых государством условий хозяйствования, и оценивается возможность получения разного рода эффектов, которые последуют за внесением корректив в действующие механизмы;

- подготовку мероприятий в области налогообложения, направленных на решение поставленной задачи, определение индикаторов, которые будут свидетельствовать о соответствии налоговой системы предъявляемым к ней требованиям. На этапе подготовки мероприятий определяются возможности дискреционных и недискреционных регуляторов, предлагаются как экономические, так и социальные показатели, которые позволят оценить эффективность предлагаемых мероприятий. На основании анализа вероятных последствий введения новой налоговой нормы, включая оценку экономических и социальных эффектов, выбирается наиболее эффективная с точки зрения отдачи;

- внедрение новшеств в экономическую жизнь;
- оценка результатов налогового мероприятия. На данном этапе оценивается достижение прогнозных параметров и при необходимости проводятся корректировки мероприятий.

Для того чтобы учесть все эффекты от налогового мероприятия, а также контролировать достижение целей в разных областях, опираясь на управленческую концепцию *Balanced Score Card (BSC)* Д. Нортон и Р. Каплана [3], можно разработать и предложить комплексную систему сбалансированных показателей.

В качестве количественных критериев в данной модели целесообразно использовать:

- макроэкономические эффекты;
- микроэкономические эффекты;
- социальные эффекты
- показатели развития сферы интеллектуальной собственности

Кроме оценки внешних эффектов от налогового мероприятия до его внедрения в экономическую жизнь важно оценить качество подготовки самого инструмента. Для этого целесообразно использовать следующие критерии:

• ясность – как налоговые органы, так и компании должны ясно понимать для чего применяется данный инструмент, какие цели он преследует, и какой вид деятельности он будет стимулировать. В таком случае будет обеспечено многовекторное движение к одной цели;

• простота – любой налогоплательщик должен быстро и легко разобраться в правилах применения стимула;

• возможность исполнения – налоговый стимул должен быть полностью исполнен от начала до конца инновационного цикла, либо в его определенном периоде, то есть срок его применения должен обеспечивать покрытие определенного процесса в полном объеме;

• правовое соответствие – налоговый стимул должен быть закреплён в акте законодательства, и не должен противоречить действующему национальному и международному законодательству;

• эффективность – максимальное количество компаний должны ощущать эффект от действия инструмента.

Учитывая стратегическую значимость развития инновационной среды в Республике Беларусь налоговый механизм должен стать составной частью государственной системы стимулирования инновационного развития.

Список источников литературы

1. Шмарловская, Г.А. Теория налогов: закономерности формирования и государственного регулирования / Г.А. Шмарловская. — Минск: БГЭУ, 1996. — 135 с.
2. Якобсон, Л.И. Государственный сектор экономики. Экономическая теория и политика / Л.И. Якобсон. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 366 с.
3. <http://www.intalev.ru/index.php?id=4086>

*Лю Сломэй, аспирант
УО «БГЭУ», (г. Минск)*

ПОДДЕРЖКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КИТАЕ

Малый и средний бизнес - неотъемлемая часть экономики большинства индустриально развитых стран. Он выполняет ряд важнейших социально-экономических функций, таких как обеспечение занятости, формирование конкурентной среды, поддержание инновационной активности, смягчение социального неравенства, вовлечение в процесс производства ресурсов, не используемых крупным бизнесом, удовлетворение дифференцированного производственного и непроемленного спроса, освоение новых (в том числе зарубежных) рынков и т.д.

Опыт Китая показывает, что именно малые и средние предприятия позволили им в короткие сроки развить, модернизировать экономику и успешно конкурировать на мировом рынке. К 2005 году в Китае уже существовало более 4,3 млн. малых и средних предприятий и 27,9 млн. индивидуальных предприятий, что составило 99,6% от общего количества предприятий в стране, на которые приходилось почти 60% ВВП и 74,7% добавленной стоимости промышленной продукции. На этих предприятиях занято свыше 75% работающего городского населения.