

новационной сферы. Воздействие на повышение инновационной активности осуществляется через налогово-амортизационный механизм.

В белорусском законодательстве заложен широкий диапазон налоговых льгот, призванных стимулировать научно-технический прогресс.

Для активизации инвестиций в науку требуются не отдельные льготы, а смягчение налогового климата в республике настолько, чтобы она стала привлекательным регионом для вложений отечественного и иностранного капитала.

Значительный результат в развитии НИОКР способно принести выделение государством налоговых кредитов. Право на их получение может предоставляться предприятиям, приобретающим прогрессивное оборудование, внедряющим новейшие технологии, вкладывающим средства в научные исследования. Эффект от указанных мероприятий должен не только возместить через определенное время потери, но и обеспечить стабильный рост платежей за счет расширения налоговой базы.

*К.С. Вацьковски, д-р экон. наук  
Высшая школа торговли и права в Варшаве (Польша)*

## **ПОЛЬСКИЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНОЧНОГО ПРОСТРАНСТВА ТИПА В2В ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Новые информационные технологии, применяемые в управлении предприятием с конца 90-х гг. XX в., радикальным образом изменили методы ведения бизнеса. Однако, по мнению Д. Эймора, сам бизнес только начинает адаптироваться к новым возможностям.

По оценкам специалистов, в Европейском союзе только на электронную торговлю приходится около 17 блн евро, а в 2003 г. ожидается достигнуть уровня 340 блн евро (для сравнения: мировой рынок электронной торговли, по оценкам Forester Research, составляет около 1,4 трлн дол.). Причем, стремительными темпами растут обороты на рынке как B2C,

так и B2B. По мнению аналитиков, именно с помощью решенный B2B видится главный источник будущих прибылей.

Примером внедрения в Польше B2B является создание для предприятий рыночного пространства (marketplace) фирмой Marketplanet (принадлежащей к группе Телеком — TPSA), которая предоставляет услуги в сфере организации и проведения электронных аукционов. Партнерами TPSA при разработке платформы B2B были три фирмы: SAP AG, Commerce One, Hewlett-Packard. Электронный аукцион может являться инструментом снижения цены закупок. Он предназначен прежде всего для крупных предприятий. Интересы средних и малых предприятий представляются брокерами фирмы Marketplanet.

Marketplanet использует механизм так называемого “обратного аукциона”, т.е. поставщики в ответ на предлагаемую начальную цену товаров или услуг начинают сбивать цены в течение определенного периода времени (например, двух часов).

Во время аукциона можно покупать и продавать как имущество, так и услуги. Таким образом фирмы могут снабжаться канцелярскими товарами, компьютерами, санитарными средствами, служебными автомобилями, а также заказывать услуги по охране помещений, уборке и т.п.

Как показывает опыт применения платформы B2B Marketplanet, в частности, в процессах снабжения польских предприятий, можно достичь значительного сокращения затрат по закупаемым товарам или услугам; в зависимости от закупаемого вида товара и услуг экономия может составить до 33 %.

Электронная платформа B2B Marketplanet опирается на решения MarketSet, что позволяет осуществлять транзакции между участниками рынка. Ее основная роль состоит в следующем: организация электронных аукционов; создание и ведение каталогов; формирование заказов (на основе каталогов); обслуживание и реализация электронных транзакций, а именно: пересылка заказов, подтверждение заказов, фактур и логистических документов в стандартах XML и EDI.

Чтобы стать участником электронной торговли, используя платформу фирмы Marketplanet, необходимо иметь доступ к приложению, поддерживающему процесс осуществления закупки (со стороны покупателя), или же продажи (со стороны

поставщика). Таким образом, электронная торговля с использованием рынка B2B Marketplanet может быть осуществлена в следующих вариантах:

- клиент обладает приложением на продажу/закупку. В этом случае Marketplanet интегрирует программное обеспечение клиента со своей платформой;
- клиент не имеет приложения на продажу/закупку и приобретает лицензию на соответствующее программное обеспечение, предлагаемое фирмой Marketplanet, что дает возможность проинсталлировать приложение у клиента с последующей интеграцией с платформой Marketplanet;
- клиент не имеет приложения на продажу/закупку и не приобретает его. В таком случае Marketplanet предоставляет клиенту возможность иметь доступ к приложению, заинсталлированному на ее серверах. Этим клиентам предлагаются инструменты, к которым относятся е-закупки и е-продажи.

*Т.А. Везубова, канд. экон. наук  
БГЭУ (Минск)*

## **СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И ПРОБЛЕМЫ ДОБРОВОЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ**

Страховые компании в экономической системе республики выполняют две важнейшие функции. Во-первых, они гарантируют собственникам возмещение ущерба при гибели имущества и потере дохода, чем способствуют обеспечению социально-экономической стабильности в обществе. Во-вторых, аккумулированные средства страховых резервов инвестируются во все отрасли производственной и непроизводственной сфер экономики.

По состоянию на 1 января 2003 г. на страховом рынке республики работало 35 страховых организаций, в том числе 3 государственные. Среднесписочная численность работающих в сфере страхования в 2002 г. составила 10090 человек, из них 3907 (38,7 %) — штатные работники. В доход бюджета за 2002 г. страховщики уплатили 32,1 млрд р. Страховые