

Невысоким остается финансовый потенциал страховщиков Республики Беларусь, рамками действующего законодательства ограничены их инвестиционные возможности. Основным направлением инвестиционной деятельности страховых компаний Беларуси является хранение денег на депозитных счетах в банках. Другие направления инвестирования (акции субъектов хозяйствования, недвижимое имущество, драгоценные металлы и др.) незначительны.

Страхование жизни в Беларуси развито слабо, на его долю приходится чуть более 3 % в общей сумме поступлений страховых взносов по добровольным видам страхования. Страховщики ориентированы главным образом на заключение договоров с предприятиями республики и лишь незначительно работают напрямую с населением.

Основными приоритетами развития страхового рынка Беларуси являются: укрепление стабильности и надежности национальной страховой индустрии, в первую очередь за счет повышения уровня капитализации страховых организаций; стимулирование развития видов долгосрочного и накопительного страхования жизни; формирование современной инфраструктуры страхового рынка и ряд других.

<http://edoc.bseu.by>

*Захарова Е.А.
УО БГЭУ (Минск)*

РОЛЬ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Среди методов непрямого воздействия на экономику важная роль принадлежит налогам, которые позволяют государству регулировать деятельность предприятий, не ограничивая их хозяйственной самостоятельности. Эффективное использование налогового механизма управления входит в число наиболее сложных задач, от правильного решения которых зависят экономический прогресс и благосостояние общества. Его разработка требует всесторонних обоснований, включая историческое развитие, теоретический аспект, определение основополагающей концепции проведения налоговой политики и, в конечном итоге, принятие практических решений по формированию эффективной налоговой системы.

Манипулируя налоговой политикой, государство стимулирует экономическое развитие или сдерживает его. Однако главным направлением налоговой политики в конечном итоге является обеспечение экономического роста. Налоговая политика используется государством для перераспределения ВВП в целях изменения структуры производства, территориального экономического развития, повышения уровня доходности населения и качества жизни.

Налоговая политика относится к косвенным методам государственного регулирования, так как она обеспечивает условия экономической заинтересованности или незаинтересованности в деятельности юридических и физических лиц и не строится на базе властно-распорядительных отношений. Обоснованная налоговая политика создает равные условия хозяйствования для всех экономических субъектов и заключается в разумном сочетании фискальной и стимулирующей функций налогов.

Поддержка малого бизнеса является одним из приоритетных направлений экономической политики Республики Беларусь. Все применяемые государством решения в области налогового регулирования влияют как на всех субъектов хозяйствования, так и на деятельность субъектов среднего и малого бизнеса. Последние являются экономи-

чески наименее защищенными участниками рынка. Наряду с трудностями формирования первоначального капитала, частыми изменениями конъюнктуры рынка перед ними стоит задача выбора системы налогообложения, от которой во многом зависит финансовый результат его деятельности.

Особенности налогообложения малого бизнеса определяются видами коммерческой деятельности, спецификой формирования и использования их финансовых ресурсов. Основной формой налогообложения малого бизнеса по-прежнему остается подоходный налог, но для упрощения учета и организации налогообложения могут вводиться новые формы: упрощенная система налогообложения, единый налог по отдельным видам деятельности и прочие формы, позволяющие учитывать особенность организаций, занимающихся малым бизнесом в Республике Беларусь, и осуществлять его поддержку.

Налоговая политика в перспективе должна быть направлена на снижение налоговой нагрузки и уровня дефицита бюджета, расширение экспорта и повышение конкурентоспособности белорусских товаров на внешних рынках.

*Зеньков В.С.
УО БГЭУ (Минск)*

ПОТЕНЦИАЛ ИНФОРМАЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Развитие представлений о механизме информационного взаимодействия субъектов рынка неразрывно связано с изучением его структуры. Механизм взаимодействия субъектов рынка явился первым модельным потенциалом, привлеченным к измерению их конкурентного поведения. С приданием информации материальной сущности, к ней правомерно применение законов материального мира, в частности, законов диалектики.

В простейшем случае свобода действий субъекта рынка определяется рыночной структурой. Любые действия, вызывающие изменение структуры рынка, ущемляют свободу других субъектов и вызывают ответные действия. Этот процесс формально заключается в том, что величина движущей силы перестает быть постоянной и становится ее функцией. Возникает вопрос, какие условия необходимо создать для субъекта рынка, чтобы он стал предпринимать позиционные действия? Этими условиями могут быть: возрастающая рыночная сила, доля рынка или свобода предпринимательства. В любом случае, энергия – информация, затрачиваемая на эти изменения, будет направляться по двум каналам: на деформирование рыночной структуры и на собственное позиционирование. При этом информацию, отнесенную к единице прироста фактора достижения, принято называть ее предельной величиной.

Потенциал информационного взаимодействия двух субъектов А и В представляет собой некую потенциальную кривую ($W_{г_{AB}}$), где $г_{AB}$ – расстояние между конкурентными позициями рассматриваемых субъектов. Для единичного взаимодействия конкурентные силы притяжения и отталкивания между ними уравниваются, когда они находятся на некотором расстоянии $г_0$, соответствующем положению рыночного равновесия. В этом положении, информационное взаимодействие имеет минимальное значение, то есть информационный обмен практически невозможен. При попытке одного из них изменить равновесие информационный обмен возрастает, потому что возрастает неопределенность в поведении субъекта, а сила притяжения стремится вернуть инициатора движения в прежнее положение. При удалении конкурентных позиций на рассто-