

ственно. При этом рублевая денежная масса $M2^*$ в 2017–2018 гг. росла более быстрыми темпами в результате проводимой регулятором политики дедолларизации экономики и трансформации части валютных депозитов в рублевые, а не за счет увеличения денежного предложения со стороны Национального банка. С учетом инфляции можно утверждать, что ликвидности в обороте в течение января-августа 2016–2018 гг. становилось даже меньше, чем на начало года.

Коэффициент монетизации экономик постсоветских государств в 2015–2018 гг. находился в пределах 15–45 % при среднемировом уровне около 125 %. Наиболее высокими значениями этого показателя характеризуются Россия и Казахстан — 38–45 %. По состоянию на 01.01.2019 г. коэффициент монетизации экономики Республики Беларусь составил 35,7 %. Значения данного показателя, рассчитанные на основе денежной массы в национальной валюте, существенно ниже (на 01.01.2019 г. — всего 13,9 %).

Таким образом, субъекты белорусской экономики вынуждены строить свою деятельность в условиях жесткого дефицита ликвидности, что является основным фактором, сдерживающим возможности развития фондового рынка в нашей стране.

<http://edoc.bseu.by>

*Е. Ф. Куреева, д-р экон. наук, профессор
БГЭУ (Минск)*

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ЦИФРОВОГО БИЗНЕСА В БЕЛАРУСИ

Активное развитие цифровых технологий существенно влияет на происходящие экономические процессы в мировой экономике, значительно облегчая внедрение национальных экономик на глобальный рынок. В условиях ограниченности ресурсов e-бизнес становится драйвером экономического прогресса и обеспечивает рост инноваций, высоких технологий, функционирование рынка во всех его проявлениях и формах, в том числе путем цифровизации не только экономических, но и социальных процессов.

Цифровая среда в свою очередь является важным условием его развития, по сути, новым и перспективным направлением, сокращающим физические транзакционные издержки и глобализующим экономическую деятельность.

Активное развитие цифрового бизнеса предполагает необходимость организации эффективного национального налогообложения, учитывающего как фискальные интересы, так и возможности привлечения инвестиций за счет механизма налоговой конкуренции.

Естественно, возникновение нового нетрадиционного бизнеса порождает новые проблемы организации налогообложения. Одной из наиболее существенных проблем в определении налоговых правил для электронного бизнеса является формирование такого налогового законодательства, которое могло бы гибко реагировать на вызовы цифровой экономики. Наиболее актуальными становятся следующие аспекты:

- установление базовых принципов налогообложения электронной экономической деятельности;
- законодательное закрепление видов электронного бизнеса;
- определение объекта обложения;
- определение плательщика (резидентства);
- осуществление налогового контроля в сфере электронной деятельности.

Налогообложение опосредует происходящие изменения в предпринимательской деятельности. В связи с этим установление базовых принципов электронной экономической коммерции определяет направления разработки модели налогообложения доходов от электронного бизнеса.

Выбранная модель налогообложения базируется на праве каждого государства применять свои правила и нормы налогообложения электронной предпринимательской деятельности.

Представляется принципиально важным выбор позиции государства в организации налогообложения цифрового бизнеса. Республика Беларусь делает попытки адаптировать налоговое законодательство к специфике цифровой трансформации бизнеса как с учетом соблюдения фискальных интересов, так и предоставляя достаточно широкий спектр налоговых льгот и преференций.

На текущий момент с достаточной долей условности можно выделить следующие виды деятельности, имеющие свои отличия в налогообложении:

- предоставление электронных услуг физическим лицам Республики Беларусь не-резидентами;
- деятельность резидентов Парка высоких технологий;
- осуществление электронной торговли;
- деятельность в сфере производства ИКТ и оказания электронных услуг резидентами Республики Беларусь.

Создание специальных льготных условий налогообложения электронного бизнеса или предоставление правовых преференций представляется перспективным направлением развития налогового законодательства для электронного бизнеса.

*А. С. Левенков, магистр экономики и управления
БГЭУ (Минск)*

О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ МОНЕТАРНОЙ И ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К РЕЖИМУ ИНФЛЯЦИОННОГО ТАРГЕТИРОВАНИЯ

Фискальная политика и монетарная политика взаимосвязаны, и при их проведении большое значение имеет координация их целей и механизмов. В теоретической литературе выделяются два основных подхода к описанию их взаимодействия: 1) основанный на фискальной теории цен; 2) теоретико-игровой.

В рамках подхода, основанного на фискальной теории цен, ценовая стабильность обеспечивается при нахождении одной политики в активном режиме, а второй — в пассивном; в рамках теоретико-игрового — в случае совместных действий для достижения единой цели.

Переход к режиму инфляционного таргетирования предъявляет повышенные требования не только к монетарной, но и к фискальной политике. При этом важным институциональным фактором является именно отсутствие фискального доминирования, что означает минимизацию как финансирования дефицита государственного бюджета за счет прямого кредитования центральным банком, так и квазифискальных операций [1].

Проблема взаимодействия фискальной и монетарной политики при режиме инфляционного таргетирования исследовалась эмпирически в различных научных работах [2, 3, 4]. В целом в них подчеркивается, что внедрение инфляционного таргетирования как наиболее прозрачного монетарного режима позволило дисциплинировать фискальные власти и улучшить координацию между двумя политиками. Стоит отметить, что одновременно с переходом на режим инфляционного таргетирования (Норвегия, 2001 г.) или вскоре после (Бразилия, через год после введения инфляционного таргетирования в 2000 г.) происходило внедрение бюджетных правил. Это позволило стабилизировать бюджетный дефицит и уменьшить волатильность выпуска, так как бюджетное