

## **СИСТЕМА ФАКТОРОВ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ НАЛОГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ**

Налоговый потенциал является показателем, характеризующим максимально возможный уровень налоговых поступлений. Он учитывает нереализованные или скрытые резервы формирования налоговых платежей. В мировой практике понятие налогового потенциала (tax capacity) трактуется как способность базы налогообложения, находящейся в пределах компетенции властей на определенной территории, приносить налоговые доходы. Налоговый потенциал - это способность субъектов хозяйствования сформировать и обеспечить размер налоговых поступлений при условии, что правовое поле и система налогообложения определены. В процессе реализации налоговой политики соотношение налогового потенциала и налоговой нагрузки позволяет оценить эффективность налоговой системы государства.

Анализ действующей практики позволяет выявить ряд факторов, оказывающих влияние на налоговый потенциал. Первая группа факторов непосредственно зависит от экономических условий для которых он определяется. Среди названной группы можно выделить следующие факторы, характеризующие принадлежность территориального образования (государства) к одной из фаз цикла экономического развития и его функциональные особенности:

- степень потребности в мобилизации налоговых ресурсов;
- степень превалирования одной из функций налоговой политики;
- правовая обоснованность налогового поля;
- стабильность и эффективность действующей налоговой системы и, в частности, соответствие уровня налоговой нагрузки доходным возможностям субъектов предпринимательской деятельности.

Вторая группа факторов, оказывающих непосредственное влияние на налоговый потенциал, зависит от уровня предпринимательских рисков и налоговой культуры налогоплательщиков. Среди факторов этой группы к наиболее существенным относятся:

- степень оптимизации налоговых выплат и, в частности, ориентация на полномасштабное и достоверное отражение данных об осуществляемой деятельности;
- способность расширения производства и воспроизводства капитала;
- уровень профессионального мастерства управленческого и административного персонала при выполнении своих обязанностей;
- степень устойчивости предприятия от влияния внешних факторов.

*Флерко С. Л., БГЭУ (Минск)*

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ**

Для обеспечения конкурентоспособности своей продукции предприятию необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны потенциальных возможностей деятельности предприятия.

Конкурентная стратегия - это концепция и подчиняемая ей система действий предприятия, направленная на достижение ею конечных целей.

Базовые стратегии конкуренции имеют существенные различия в характере достигаемых конкурентных преимуществ. Базовая стратегия конкуренции, представляющая собой основу конкурентного поведения предприятия на рынке и описывающая схему обеспечения преимуществ над конкурентами, является центральным фактором в стратегической ориентации предприятия. От ее правильного выбора зависят все последующие маркетинговые действия предприятия. В отличие от тактических действий на рынке стратегия конкуренции должна быть направлена на обеспечение преимуществ над конкурентами в долгосрочной перспективе.

Ограниченность производственных ресурсов и мощностей не дает предприятиям принять все базовые стратегии. Поэтому при выборе стратегии должна быть взвешена оценка сильных и слабых сторон каждой стратегии и реальных возможностей предприятия по ее использованию в условиях сложившейся конъюнктуры рынка.

Стратегия снижения себестоимости ориентирована на массовый выпуск стандартной продукции, что обычно более эффективно и требует меньших удельных издержек, чем изготовление небольших партий разнородной продукции. Предприятие, придерживающееся этой стратегии, ориентируется на изготовление недорогих, но качественных изделий массового потребления.

Стратегия дифференциации продукции основывается на специализации в изготовлении специфической продукции, являющейся модификацией стандартного изделия за счет совершенствования технических параметров, улучшения качества и приемлемой цены. Принципы использования этой стратегии состоят в сосредоточении усилий на одном из мотивов приобретения продукции потребителями и развитии своих возможностей с целью более полного и качественного удовлетворения специфических потребностей.

Предприятия, придерживающиеся стратегии внедрения новшеств, сосредотачивают усилия на поиске новых, эффективных технологий, проектировании необходимых, но неизвестных до сих пор видов продукции, методов организации производства, приемов стимулирования сбыта и т.п. Предприятие может получить сверхприбыли за счет высокой цены на дефицитную продукцию.

Предприятия, реализующие стратегию немедленного реагирования на потребности рынка, нацелены на максимально быстрое удовлетворение возникающих потребностей в различных областях. Основной принцип поведения - выбор и реализация проектов, наиболее рентабельных в текущих рыночных условиях.

Предприятия, имеющие ярко выраженный основной вид деятельности, как правило, реализуют его с помощью одной из представленных выше базовых стратегий конкуренции. Анализ практики показывает, что большинство современных предприятий, имеющих широкую номенклатуру выпускаемой продукции, одновременно используют несколько подходов для различных групп товаров, регионов или периодов своего развития. Главный критерий выбора стратегии - адаптация своих возможностей к конкретным условиям рынка.

Базовые стратегии конкуренции являются принципиальной, общеэкономической основой, на которой стоят практические действия конкурентов.

Конкурентные стратегии предприятия на различных этапах жизненного цикла товара могут меняться. Кроме того, могут быть выбраны и другие стратегии: стратегия инвестиций, инноваций и использования ресурсов, стратегии номенклатуры продукции и диверсификации производства, стратегии ценообразования, стратегия сотрудничества с другими фирмами и т.д.