вает необходимость полной государственной собственности на природные ресурсы, расценивая их как общественное достояние; второй – стремится к передаче большей части природных ресурсов в частную и коллективную собственность, мотивируя это предполагаемым ростом их отдачи. В РБ подавляющая часть природных ресурсов принадлежит государству, что в нынешних условиях позволяет наиболее конструктивно подойти к их рациональному использованию.

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЛОГОВОЙ РЕФОРМЫ В РОССИИ И РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЕЕ ПРОБЛЕМАТИКА

Т. М. Шиманович
Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого, Республика Беларусь

Важнейшим инструментом развития рыночной экономики являются налоги. Взимание налогов рассматривается в современном праве, как атрибутивная функция государственной власти. «Государственность» подразумевает «фиск»: так было везде и всегда. Выполняя фискальные функции, налоги воздействуют на общественное производство, его структуру, динамику, размещение, способствуют ускорению НТП и созданию благоприятного инвестиционного климата, являются механизмом повышения эффективности и преодоления экономического кризиса. В связи с этим необходимо, чтобы налоговая система как Беларуси, так и России была адаптирована к новым рыночным отношениям, соответствовала мировому опыту.

Нестабильность налогов, постоянный пересмотр ставок, количества налогов, льгот и т.д., несомненно, играют отрицательную роль, особенно в период перехода экономики к рыночным отношениям, а также препятствуют инвестициям как отечественным, так и иностранным.

Жизнь показала несостоятельность сделанного упора на чисто фискальную функцию налоговой системы: обирая налогоплательщика, налоги душат его, вынуждая уходить в теневой сектор экономики, сужая тем самым налогооблагаемую базу и уменьшая налоговую массу. По данным Рабочего центра экономических реформ при правительстве России, бухгалтерская отчетность отечественных предприятий отражает не более 50 % реального оборота, 3/4 россиян вообще не платят налоги. Во всем мире, если предприятие лучше работает и производит больше продукции, оно получает и больше прибыли. В России и Беларуси все наоборот: лучше работаешь - зарабатываешь больше долгов перед бюджетом. Доходит до комичных ситуаций: вместо пересмотра всей налоговой политики государство тратит немалые средства на зарубежных специалистов, которые должны провести полный аудит и сделать «прозрачными» все бухгалтерские проводки в естественных монополиях, являющихся главными налогоплательщиками.

Высокие ставки налогообложения обусловили бегство отечественного капитала, ослабление стимула к производству, низкий уровень самофинансирования предприятий, рост размеров теневой экономики. Опыт реформирования налоговой системы в РФ и РБ показал, что поставленные цели не достигнуты. Ситуация в налоговой сфере России и Беларуси характеризуется множественностью налогов, высокими ставками налогообложения, проблемой собираемости налогов, отсутствием налогового кодекса. На 8-ом году реформ РФ и РБ так и не имеют: Земельного, Налогового, Банковского, Бюджетного, Административного и др. кодексов. Большая часть законов устаревает на стадии их принятия. Так же необходим и новый инвестиционный климат не только иностранцам, но и в первую очередь российским и белорусским гражданам, которые предпочитают хранить деньги за границей или «под подушкой».

С моей точки зрения, необходимы первоочередные меры: утверждение реального бюджета, предотвращающего инфляцию и не допускающего эмиссию; улучшение сборов налогов; восстановление функционирования банковской системы; реструктуризация внешнего долга; дополнительная социальная поддержка граждан, попавших в трудное положение в связи с кризисом; создание благоприятного инвестиционного климата.

В этой ситуации перед РБ и РФ сохраняется необходимость поиска новых реформ реализации налоговой политики. Анализ реформаторских идей в области налогов в основном показывает, что выдвигаемые предложения касаются в лучшем случае отдельных элементов налоговой системы (прежде всего размеров ставок, предоставляемых льгот и привилегий; объектов обложения; усиление или замены одних налогов на другие). Предложений же о принципиально иной налоговой системе практически нет. И это не случайно, ибо оптимальную налоговую систему можно развернуть только на серьезной теоретической основе, которой у нас еще нет. На Западе, в большинстве стран с развитым рынком основным источником формирования бюджета служит налогообложение физических лиц и налоговое бремя в большей степени лежит на гражданах, тем самым стимулируя производство. Это положение для нас предельно актуально.

Ряд экономистов видит выход в снижении налогов, опираясь на известную логику Лэффера: снижение налоговой ставки ведет к росту производства, последний обеспечивает рост налоговой базы. Применение данной модели в РБ и РФ, на мой взгляд, не учитывает целого рада факторов: резкое снижение наполняемости госбюджета в краткосрочном периоде, что способно усугубить экономическую ситуацию; потенциальную опасность ускорения темпов инфляции; необходимость достаточного длительного периода для реального проявления зависимости Лэффера.

Предполагаю, что сегодня снижение налоговых ставок не увеличит собираемость по следующим причинам: кто платит, будет платить меньше, кто не платил, платить не начнет до тех пор, пока предприниматель не будет иметь твердых законодательных гарантий непоявления завтра новых налогов. Должна быть уверенность, что налоги взимаются по справедливости, а собранные средства расходуются разумно. Пока этого нет. По самым скромным подсчетам только на бессмысленные прожекты – от запуска в России для ЦБ неработающего спутника до строительства роскошных офисов – из бюджета за последние годы истрачено 40 – 50 млрд. долл.

Что касается НДС – это самый «плохой» налог, ибо его приходится платить, от него труднее отвертеться. Кроме того, он оберегает бюджет от потерь в период инфляции, а ее угроза пока только возрастает. НДС должен быть главной опорой бюджета. Снижение ставки НДС даже на 5 % – первая ошибка правительства.

Необходимо думать о завтрашнем дне, когда в стране утвердятся рыночные отношения. Поэтому представляется весьма важным, чтобы научно-исследовательские и учебные институты, располагающие кадрами высококвалифицированных специалистов в области финансов и налогообложения, всерьез занялись разработкой теории налогообложения, используя опыт стран с развитой рыночной экономикой и увязывая его с белорусскими и российскими реалиями. На мой взгляд, налоговая система должна быть использована для стимулирования инвестиционной активности, необходимо определить, в первую очередь, получателя налоговых льгот, чтобы обеспечить процесс долгосрочного инвестирования. Такими реальными инвесторами являются банки и другие инвестиционные институты. Но инвестиции сегодня невозможны без надежной банковской системы. Банковский сектор увлечен спекулятивной игрой на финансовых рынках, они являются инвестиционными компаниями и хедж фондами, но не кредитными учреждениями.

Во-вторых, должны быть четко определены права и обязанности сторон налогового процесса хозяйствующего субъекта и государства.

В-третьих, преобразования в налоговой сфере должны быть увязаны с процессами реформирования остальных сфер экономики. Поэтому эффективность налоговой политики во многом будет определяться следующими мерами: достижением финансовой стабилизации, восстановлением функционирования банковской системы, реструктуризацией внешнего долга и др.

Таким образом, создание современной и стабильной налоговой системы в РФ и РБ, является неотложной задачей, что обеспечит поступательность экономической реформы.

ROLA MARKETINGU WEWNĘTRZNEGO W MARKETINGOWEJ DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW USŁUGOWYCH

Izabella Sowier, Agnieszka Widawska
Katedra Marketingu Usług Wydział Zarządzania Politechnika Częstochowska, Polsca

Marketing stale umacnia swoja pozycję jako niezbędny element procesów gospodarczych, jako doceniana przez każdą firmę praktyczna umiejętność. Staje się rzeczywistym źródłem rozwoju w warunkach nasilającej się walki konkurencyjnej. Niewątpliwie potrzeba marketingu jest powszechnie uświadomiona, ale istotne jest jaki to ma być marketing. Mimo, że jest to dziedzina młoda ma już bogaty dorobek, bogatą historię i działa w szybko zmieniającym się otoczeniu, gdzie wzajemnie oddziałują na siebie czynniki ekonomiczne, technologiczne, prawne, kulturowe etc. Marketing jest dziedziną dynamiczną i ciągle się rozwijającą. Pojawiają się nowe koncepcje, instrumenty działania, inne zastosowania znanych powszechnie metod. Ponieważ udział sektora usług w dochodzie narodowym krajów rozwiniętych sięga nawet 2/3 coraz ważniejszą dziedziną działalności marketingowej stają się właśnie usługi.

Tradycyjny pogląd interpretujący marketing jako serię działań zmierzających do zawarcia transakcji (wymiany towarowo-pieniężnej) wydaje się przestarzały i wymaga pewnych zmian. Zauważalna jest już dzisiaj zmiana natury wzajemnych związków z nabywcami. Obrazowo mówiąc, punkt ciężkości zaczyna się przesuwać z dążenia do zawarcia transakcji na działania zmierzające do budowy trwałej więzi z konsumentem opartej na zaufaniu, lojalności, wiarygodności, a może nawet przyjaźni przedsiębiorstwa i klienta będącego zaangażowanym partnerem.