

для них, а в целом для перспектив строительства по-настоящему новой Европы в центральной и восточной части нашего континента. Нет сомнения, что без Беларуси такое строительство будет, как минимум, незавершенным, а то и ненадежным. С другой стороны, уже в ближайшей перспективе начнут сказываться и возможные позитивные эффекты расширения ЕС для Беларуси. С расширением ЕС Беларусь получит общую границу с глобальным политическим, экономическим и финансовым центром, имеющим огромный международный вес, совершенно иной, нежели сейчас. Европа перестает быть биполярной, а значит, Беларусь перестает быть пограничным государством между Западом и Россией. Возрастает геополитическое значение территории Республики Беларусь как основного транспортного коридора между Россией и Европой, и это транзитное значение позволит привлечь накопления, достаточные для модернизации значительной части белорусской промышленности.

Подводя итог, следует сказать, что для ЕС наступило время более внимательно присмотреться к реалиям дня сегодняшнего и дня завтрашнего и разрешить для себя острую дилемму: продолжать ли в каких-либо вариациях прежнюю, неэффективную политику или же приступить к новой политике взаимодействия с Беларусью на равной основе, делая ее надежным партнером в новой Европе. Конечно, в большой международной политике серьезные изменения редко происходят мгновенно. Для значительного улучшения отношений между ЕС и Беларусью потребуется адекватное время. Постепенный подход, основанный на взаимности, должен лежать в основе движения. В целом, стоит подчеркнуть, что будущее Беларуси во многом зависит от внутренней эволюции белорусского общества и осознания им своих приоритетов и ценностей. На взаимодействие Беларусь ответит только позитивно. Нормализация отношений ЕС и Беларуси была бы важным и долгосрочным вкладом в создание по-настоящему объединенной Европы.

Литература

1. Economic Portrait of the European Union 2002.
2. Дадалко «Международные эк. отношения», «Армита – Маркетинг, Менеджмент», 2000.
3. Экономика Беларуси: тенденции, оценки, прогнозы, 3-4 кв 2003г.
4. "Беларусь в мире" №2 . 2002 год.
5. Киреев А.П. «Международная экономика» (часть I), Москва «МО», 1997.
6. Белорусский журнал международного права и международных отношений № 1, 2002
7. Belarus-news №16, 2002 .

КРИТЕРИЙ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕАЛЬНОГО ПЛАТЕЛЬЩИКА НАЛОГА

Д.Ч. Табала

Научный руководитель – д.э.н., профессор *С.А. Пелих*
Белорусский государственный экономический университет

Для определения уровня налоговой нагрузки на предприятие необходимо, как известно, соотнести сумму налогов и отчислений, реальным плательщиком которых является предприятие, и величину прибыли предприятия.

Выявление реального плательщика некоторых налогов представляется сложной задачей. Руководствоваться нормативным закреплением субъекта налога в методических указаниях об исчислении того или иного налога не представляется возможным, так как отсутствует четкий, теоретически обоснованный критерий определения реального плательщика налога.

Отсутствие данного критерия является существенным пробелом, который не позволяет ни только построить налоговую систему с соблюдением основополагающих принципов, но и оценить действующую налоговую систему для выявления возможных причин кризисного положения экономики страны. Если мы не можем на основе экономических законов

определить реального плательщика вновь вводимого или уже существующего налога, то мы не сможем с уверенностью оценить эффективность налоговой системы.

Для устранения выявленного пробела предложим и постараемся обосновать следующий критерий определения реального плательщика налога, различая при этом плательщиков налогов на доходы и плательщиков имущественных налогов:

Реальным плательщиком налогов на доходы является собственник объекта налогообложения.

Реальным плательщиком имущественных налогов являются:

- собственник имущества, когда обязанность платить налог возникает при самом факте существования объекта налогообложения;
- пользователь имуществом (арендатор), когда обязанность платить налог возникает только при нахождении имущества в определенных условиях пользования (аренды).

Такая зависимость объясняется следующим образом.

Обязательство по выводу из оборота определенной суммы денег и передачи их государству (т.е. уплата налога) предопределена именно существованием или возникновением в определенное время и в определенном месте объекта налога. Существование или возникновение объекта налогообложения всегда является предметом чьего-либо экономического интереса (зарплата есть интерес работника, прибыль – предприятия, недвижимость – собственника и т.д.), который предопределяется, в основном, отношениями собственности. Таким образом, получение, владение или пользование объектом налогообложения сопряжено для собственника (или пользователя) с экономическими последствиями по уплате налога и, соответственно, реальным плательщиком налога является собственник объекта данного налога. Явление переложения налогов, классическим примером которого является косвенное налогообложение, в результате действия которого, по мнению многих экспертов, покупатель становится их реальным плательщиком, не имеет места быть, так как при покупке происходит признание покупателем равноценности обмена стоимости его денежных средств и цены товара без конкретизации отдельных элементов, входящих в цену. Отношение покупателя к косвенным налогам, входящим в цену товара, такое же, как и к прямым налогам – покупатель возмещает их как и другие элементы цены (материалы, заработную плату, прибыль), но ни как не является их реальным (конечным) плательщиком.

Согласно предложенному критерию реальные плательщики основных налогов и отчислений представлены в следующей таблице:

Наименование налогов	Реальный плательщик налога	
	Предприятие	Работник
1. НДС	X	X
2. Отчисления в республиканский фонд поддержки производителей с/х продукции, продовольствия и аграрной науки	X	X
3. Отчисления в местный целевой бюджетный фонд стабилизации экономики производителей с/х продукции и продовольствия, целевые сборы на финансирование расходов, связанных с содержанием и ремонтом жилищного фонда и целевые сборы на содержание ДДУ	X	X
4. Отчисления средств пользователями автомобильных дорог		
5. Налог на прибыль	X	
6. Местный налог из прибыли	X	
7. Налог на недвижимость	X	
8. Отчисления в фонд социальной защиты населения		X
9. Отчисления в фонд содействия занятости		X
10. Чрезвычайный налог		X

Как видно из таблицы, так называемые, косвенные налоги имеют двух реальных плательщиков – предприятие и работника. Это говорит о том, что сумма каждого из этих налогов

включает сумму налога, реальным плательщиком которого является предприятие, и сумму налога, реальным плательщиком которого является работник. Сущность же косвенного налога аналогична сущности прямого налога с той лишь разницей, что у косвенного налога несколько объектов налогообложения (зарплата, прибыль, сырье и материалы), а у прямого налога – один.

Требует рассмотрения еще один объект налогообложения – стоимость сырья, материалов, работ и услуг (далее материалов) сторонних организаций, включаемых в себестоимость продукции. Являясь элементами себестоимости, их стоимость (без НДС) является базой для исчисления налогов и отчислений по пунктам 2-4 вышеприведенной таблицы. Суммы налогов по пунктам 2-4 таблицы, образовавшиеся за счет вышеперечисленных элементов себестоимости, в свою очередь облагаются НДС (!).

Встает вопрос - кто является реальным плательщиком данных сумм налогов и имеют ли они объективное право на существование?

Здесь необходимо выделить следующее: при покупке материалов предприятие становится собственником этих материалов, но обязанность по уплате налогов по пунктам 2-4 таблицы не возникает. Только при включении стоимости купленных материалов в себестоимость нашей продукции, эта стоимость становится объектом налогообложения. Из этого мы делаем вывод о том, что реальным плательщиком суммы налогов и отчислений, образовавшаяся благодаря включению стоимости материалов в себестоимость продукции, является предприятие и, соответственно, указанная сумма налогов и отчислений является прибылью предприятия. Надо отметить, что данная сумма налогов и отчислений совсем не подразумевает наличие у предприятия реальной прибыли и, подобно налогу на недвижимость, уплачивается из собственных средств предприятия при отсутствии прибыли. Данное явление можно охарактеризовать как налог на активность предприятия, чего не должно быть в экономике, ориентированной на достижение максимального экономического роста.

Сумма прибыли предприятия для определения уровня налоговой нагрузки также не соответствует сумме прибыли, исчисляемой согласно методическим указаниям. К ней необходимо прибавить не входящие суммы налогов и отчислений, реальным плательщиком которых является предприятие, так как единственным источником их выплаты является прибавочный продукт, т.е. прибыль.

Таким образом, предложенный критерий определения реального плательщика налога позволяет однозначно определить уровень налоговой нагрузки на предприятие, а также уровень налоговой нагрузки на работника, что имеет немаловажное значение.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ

С.А. Тихонов

Научный руководитель – к.т.н. М.В. Митенков

Белорусский национальный технический университет

Предварительное тестирование рекламы (далее - пре-тест) является неотъемлемой частью процесса создания рекламных объектов. Высокая стоимость производства рекламы (в первую очередь телевизионной), требует не только тестирования конечных результатов, с целью выбора лучшего варианта, но и проверки самой креативной идеи. Пре-тесты рекламных материалов на стадии разработки позволяют избежать ситуации, когда уже готовый рекламный продукт, стоивший немало труда и денег не находит отклика у потребителей. Поэтому серьезные рекламодатели, прежде чем предложить рекламу своей целевой аудитории, стараются понять, как она будет работать. В практике маркетинговых исследований существует много способов предварительного тестирования рекламы. При тестировании рекламы применяются количественные и качественные методы исследований. Количественные методы тестирования (чаще всего in-hall test) подразумевают оценку респондентами готовых объектов (этикеток, упаковок, рекламных изображений), а также просмотр видео продукции, с последующей оценкой увиденного по различным параметрам. Количественный подход оправдан в тех случаях, когда необходимо принять окончательное