**Оптимизационная модель налогообложения**

Горлач Б.А.
*Самарский государственный аэрокосмический университет, Самара*

В настоящее время в Российской Федерации сложилась система налогов, при которой все потребители облагаются одинаковым налогом (ставка налога на заработную плату составляет 13 %). Что касается налогов с производителей и других юридических лиц, то их величина зависит от уровня доходов, от вида их деятельности и т.д.

При разработке модели оптимизации налогообложения предполагается следующее:

1) все денежные средства потребителей облагаются налогом с одинаковой процентной ставкой и полностью расходуются на приобретение товаров;

2) собранные государством налоги в рыночных отношениях не участвуют;

3) государство планирует собрать с рассматриваемого анклава фиксированную денежную сумму, но не назначает налоговые ставки;

4) функции спроса и предложения для всех групп налогоплательщиков (субъектов рыночной экономики) известны.

Модель оптимизации налогообложения сводится к задаче линейного программирования, в которую входят следующие соотношения. Функция цели, которая должна принять минимальное значение, представляет собой безвозвратные потери, сопровождающие производителей и потребителей в рыночных отношениях при введении налога (какой из партнеров рынка непосредственно облагается налогом, не имеет значения).

Ограничением задачи является максимальное значение налоговых поступлений в казну государства. Их значение определяется по теоретически построенной кривой Лафера.

Преобразование уравнений и неравенств задачи линейного программирования, сформулированной для налогообложения конечного числа групп налогоплательщиков, позволило установить, что налоги между этими группами должны распределяться пропорционально эластичности реализуемых через рынок товаров.

Исследовано влияние нелинейностей функции спроса и предложения на распределение налогового бремени.

**Оценка творческого потенциала персонала и его влияния на результативность труда**

Дубина И.Н.
*Алтайский государственный университет, Барнаул*

«Главный фактор в промышленности – это творческие способности», – утверждал бывший президент *Sony* А. Морита. Лучшим доказательством этого тезиса являются успехи многих японских компаний, которые превратились из малоизвестных фирм в лидеров мирового рынка благодаря стратегии непрерывного творчества как ведущих менеджеров, так и всего персонала. Сегодня о роли творчества в бизнесе написаны десятки статей, многие компании используют специальные методы и технологии для развития творческого потенциала своих сотрудников и получают от этого прибыль. Например, двухлетний курс развития творческого потенциала сотрудников корпорации *General Electric* привел к 60%-ому росту патентоспособных идей; 40-часовой курс по творческому решению проблем для сотрудников компании *Sylvania* принес компании 20 долл. прибыли на каждый доллар, потраченный на проведение этого курса.

В современной быстроменяющейся экономике квалификация работника определяется не только его образованием, знаниями и опытом, но и творческими способностями. Творческий потенциал персонала становится одним из критериев экономического успеха организаций, но не организаций - «однодневок», а организаций, стремящихся к длительному существованию и развитию. Зарубежный опыт свидетельствует о том, что творческая активность персонала может существенно влиять на результаты деятельности как отдельных работников, так и всей организации. Однако о закономерностях такого влияния пока известно очень немного. Решение вопросов о том, персонал какой творческой квалификации требуется для выполнения определенных задач, и какие результаты будут при этом получены, менеджеры принимают интуитивно, основываясь на собственном или чужом опыте. До настоящего времени отсутствуют формальные модели, связывающие результаты труда персонала с его творческим потенциалом, что определяется следующими причинами.

*1. Недостаточная разработанность теоретико-методологических подходов к изучению творчества персонала в контексте деятельности организации.*

*2. Отсутствие соответствующей эмпирической базы.* В подавляющем большинстве публикаций о творчестве не проводится специального сопоставления творческой деятельности и ее результатов. Так, например, в экономических и управленческих работах встречаются отрывочные и несистематизированные сведения о результатах развития творческой активности сотрудников; в педагогических исследованиях основное внимание уделяется развитию творческих способностей личности; в психологической литературе преобладают исследования механизмов и стимулов творческого мышления, корреляции творческих способностей с психологическими характеристиками, и т.д.

*3. Отсутствие простых и надежных методов оценки творческого потенциала персонала.* Несмотря на большое количество (несколько десятков) психологических тестов для оценки креативности, они не получили широкого распространения для оценки творческого потенциала персонала. Во-первых, многие тесты разрабатывались для оценки креативности *детей*. Во-вторых, большинство тестов очень трудоемки. Так, например, для выполнения теста Торранса требуется около одного часа и столько же на его обработку (для каждого тестируемого). В-третьих, разработанные методы предназначены для оценки *индивидуальных* творческих способностей и не могут быть непосредственно применимы для оценки творческого потенциала персонала организации в целом. В-