

реализацию ею этого состояние во всех действиях). Определение: правильной перспективы требует оценки степени кризиса окружающей среды по таким параметрам, как загрязнение воздуха, воды, почв, права животных и сохранение видов. По этим проблемам следует установить глобальные, национальные и локальные особенности, которые необходимо учитывать в маркетинговых стратегиях любого уровня. Экологические перспективы необходимо снабдить обязательствами по эффективной реализации маркетинговых принципов, для чего экомаркетинг должен быть согласован с целями и стратегиями менеджмента, включающими экологическую политику, программы, образование.

Это требует поворота от ориентации на количественный экономический рост, предполагающий использование материалов, энергии и одноразовых продуктов, к росту, минимизирующего использование ресурсов и предполагающему схему рециклирования.

Таким образом, экологический маркетинг необходимо рассматривать как такое изменение в философии рынка, которое предполагает переход к этике, гармонирующей с устойчивым развитием, то есть смещение акцента предпринимательской культуры с конкуренции на сотрудничество. А это в свою очередь исключает раздувание сбыта и обеспечивает честную информацию для потребителей.

При переходе от традиционного маркетинга к экологическому маркетингу ведущую роль должны выполнять изменения в информационных системах и коммуникациях. В информации нуждаются все элементы маркетингового процесса, но особенно процесс анализа жизненного цикла.

Информация об экологической эффективности деятельности фирмы и соответствующих рисках есть основной компонент принятия маркетинговых решений. Вся маркетинговая экологическая информация может быть систематизирована по следующим признакам: источнику происхождения и содержанию. Таким образом, информационные источники делятся на: первичные, вторичные и комбинированные. В содержательном плане подразделяются на: информацию о рыночных партнерах, информацию об экологических воздействиях и научно-техническую информацию.

Другой ключевой элемент экологического маркетингового процесса – коммуникация. Рыночные агенты и, прежде всего, потребители должны быть проинформированы об экологических сторонах и рисках производственных процессов и производимых продуктов. Однако сейчас экомаркетинг в основном предлагает потребителям обобщенные рекламные символы «зеленого» движения. Следует учитывать, что коммуникация с помощью рекламы создает лишь часть экологической маркетинговой стратегии и не предполагает движения к устойчивому сбыту. Экомаркетинг и экоаудит – ключ к устойчивому развитию.

По моему мнению, экологический аудит и экологический маркетинг, в связи с их многообразными функциями, должны присутствовать на всех стадиях жизненного цикла предприятия, так как они – инструмент мониторинга и управления рисками, позволяющих установить реальную стоимость экологических затрат, меры ответственности и способы снижения степени риска.

УДК 339.187

Петрова Н. В., 4 курс

Научный руководитель: к.э.н., доцент Потапова Н. В.

УО «Брестский государственный технический университет» г. Брест

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА И ПРОБЛЕМЫ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РБ

Формирование в Республике Беларусь рыночной экономики открытого типа предполагает активное вовлечение страны в международное разделение труда. Приоритетным направлением государственной политики Республики Беларусь является развитие ее экспортного потенциала и решение проблем импортозамещения. Для поддержки белорусских производителей государственными органами власти разработана программа импортозамещения на 2006 – 2010 гг., а также Декретом Президента №1, принятым 28 января 2008 г., установлены основные направления стимулирования производства и реализации отечественных товаров.

На протяжении последних лет данные статистики свидетельствуют о наличии отрицательного торгового баланса в Республике Беларусь. При этом за период с 2005 по 2007 гг. темпы роста импорта превышают темпы роста экспорта приблизительно на 5% – 11% (таблица 1).

Таблица 1

	2005	2006	Темп роста, %	2007	Темп роста, %
Экспорт, млн. \$	15979	19734	123	24275	123
Импорт, млн. \$	16708	22351	134	28693	128
Сальдо	-729	-2617	-11	-4418	-5
в т. ч. со странами СНГ					
Экспорт, млн. \$	7060	8609	122	11221	130
Импорт, млн. \$	11142	14512	130	19016	131
Сальдо	-4082	-5903	-8	-7795	-1
Уд. вес в общем объеме экспорта, %	44	44		46	
Уд. вес в общем объеме импорта, %	67	65		66	

Исследуя причины такой ситуации во внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь, обозначим две стороны рассмотрения данной проблемы. С одной стороны, важной задачей является наращивание темпов экспорта. При изучении его структуры выявлена высокая степень зависимости экспорта Республики Беларусь преимущественно от одной страны – Российской Федерации.

В целом, среди стран СНГ доля России в белорусском экспорте составляет в среднем около 80% (таблица 2).

Таблица 2

	2005	2006	Темп роста, %	2007	Темп роста, %
Экспорт на страны СНГ, млн. \$	7060	8609	122	11221	130
Импорт от стран СНГ, млн. \$	11142	14512	130	19016	131
Сальдо	-4082	-5903		-7795	
из них с Россией					
Экспорт, млн. \$	5716	6845	120	8879	130
Импорт, млн. \$	10118	13099	129	17205	131
Сальдо	-4402	-6254		-8326	
Уд. вес экспорта на Россию, %	81	80		79	
Уд. вес импорта из России, %	91	90		90	

В свете перспектив вступления в ВТО РФ, как основного внешнеэкономического партнера РБ, могут возникнуть ряд проблем, связанных с изменением структуры белорусского экспорта.

Причиной тому является нарастание объемов импорта из дальнего зарубежья в РФ и вытеснение с российского рынка белорусских товаров. Данная тенденция наблюдается и на сегодняшний день, в связи с принятием правительства РФ ряда нормативных актов, способствующих подготовке российского рынка к функционированию по правилам международной торговли.

В 2008 г. на долю белорусского экспорта в РФ приходится: обувь – 90,1%; телевизоры – 95,9%; холодильники – 81,4%; мебель – 72,8%; тракторы – 45,8%; седельные тягачи – 80,6%; грузовые автомобили – 65,6%; мясо – 99,9%; молоко – 87,9%; лекарства – 59,3%; сельхозпродукция – 80,0%.

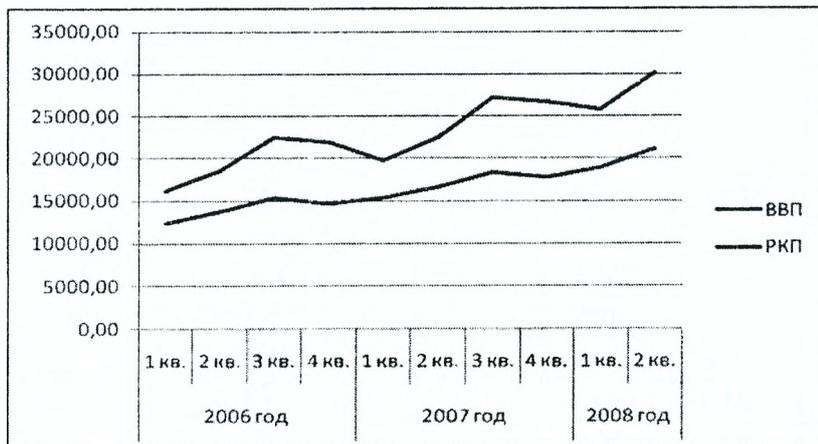
Основным преимуществом белорусских товаров на российском рынке является ценовой фактор, однако возможное вступление России в ВТО, и, как следствие, снижение или отмена импортных таможенных тарифов, приведет к появлению на российских рынках более качественных товаров западного производства. В результате чего белорусским товарам будет трудно конкурировать с зарубежными аналогами.

Другой стороной рассмотрения проблемы отрицательного торгового баланса Республики Беларусь является необходимость снижения темпов роста импорта за счет наращивания производства импортозамещающей продукции.

Для изучения потенциала отечественных производителей по производству импортозамещающей продукции произведено сравнение темпов роста ВВП и темпов роста конечного потребления (таблица 3).

Таблица 3

тек. цены, млрд. руб.	2006 год				2007 год				2008 год	
	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.
Валовой внутреннего продукт	16142,70	18619,00	22551,60	21953,70	19 767,30	22 467,00	27 172,20	26 680,70	25802,5	30149,1
Темп роста ВВП, %		115,34	121,12	97,35		113,66	120,94	98,19		116,85
расходы на конечное потребление	12318,80	13743,30	15372,90	14593,20	15 371,00	16 633,20	18 296,40	17 777,90	18880	21109,8
Темп роста РКП, %		111,56	111,86	94,93		108,21	109,10	97,17		111,81
отставание темпов роста РКП от темпов роста ВВП		- 3,78	-9,26	-2,42		-5,45	-11,84	-1,02		-5,04



Расчеты показали, что с начала 2006 года по настоящее время наблюдается постоянное отставание темпов роста потребления отечественных товаров от темпов роста ВВП (рисунок 1).

Рис. 1.

Это говорит о том, что ряд белорусской продукции не находит своего потребителя на внутреннем рынке. Отечественные производители определенных отраслей поддерживаются не потребителями, а преимущественно государством.

Экономика страны, работающая «на склад», не только не получает существенной прибыли, но и несет издержки по обесцениванию и хранению товаров.

Поэтому необходимо обеспечить организацию производства тех видов продукции, которые востребованы в республике. При этом затраты на организацию импортозамещающего производства должны дать наибольшую отдачу по сравнению с организацией производства другой продукции, ориентированной на внутренний и внешние рынки. Наиболее проблемными отраслями РБ по импортозамещению являются приборостроение, медицина, легкая промышленность и продовольственные товары.

Протекционистская защита отечественного производителя должна строиться в первую очередь с учетом интересов белорусского потребителя, заинтересованного в появлении на рынке более дешевых и разнообразных товаров. Для защиты отечественного производителя государство применяет тарифные и нетарифные методы регулирования.

Нетарифное регулирование – это комплекс мер ограничительно-распорядительного характера, препятствующих проникновению иностранного товара на территорию страны.

Получить обобщающие и взаимоувязанные оценки последствий использования различного рода нетарифных методов регулирования внешнеэкономической деятельности практически невозможно.

Более популярным является тарифное регулирование, которое определяет порядок таможенного обложения импортных и экспортных товаров; виды тарифов и пошлин; порядок предоставления таможенных льгот.

Наиболее действенным методом регулирования, используемым правительством РБ является **импортная пошлина**.

В международной практике выделяют следующие виды пошлин:

1. Адвалорная пошлина (используют все страны, устанавливается на машинотехническую продукцию);
2. Специфическая (применяется для сырьевых товаров);
3. Минимальная или договорная (применяется странами-членами ВТО);
4. Преференциальная (на товары, поступающие из развивающихся стран или наименее развитых);
5. Максимальная или генеральная (используется странами в отношении товаров, поступающих из стран, с которыми нет никаких договорных отношений).

Существует проблема количественной оценки меры влияния пошлин на экономическую динамику, то есть, как то или иное изменение импортной пошлины воздействует на масштабы внутреннего производства в отдельных отраслях и в экономике в целом. Увеличение импортных пошлин приводит к повышению цен на импортируемую продукцию на отечественном рынке. Результатом этого является сокращение импорта и, как следствие, рост внутреннего производства.

Безусловно, такого рода влияние нельзя оценить абсолютно точно. В первую очередь из-за отсутствия необходимой статистической информации.

Однако в сложившихся условиях для белорусских предприятий – производителей импортозамещающей продукции важно владеть информацией о масштабах защиты внутреннего рынка для своевременного гибкого реагирования на изменение внешних условий.

Важно тот факт, что чем больше государство интегрирует в международную торговлю, тем меньшее влияние оно способно оказывать на импортные пошлины. Поэтому необходимо установить такие пошлины, которые бы не создавали барьеры внешнему экономическому миру и одновременно смогли бы защитить внутренний рынок.

Для измерения влияния импортных пошлин на деятельность отечественных производителей предлагаем **методику расчета «защитной» импортной пошлины**, в основу которой положен метод оценки влияния курсов иностранных валют на защищенность внутреннего рынка.

Определим понятие – защитной пошлины.

Защитной импортной пошлиной назовем такой уровень импортной пошлины, который, с точки зрения защиты внутреннего рынка, эквивалентен росту цен на импортную продукцию. Таким образом, необходимо рассчитать такой уровень пошлины, который бы обеспечил опережение роста цен на импортируемую продукцию (относительно общего роста цен в экономике на импортозамещающий товар).

Для расчета защитной пошлины введем следующие обозначения:

1. T – исходная таможенная пошлина для определенного вида товара;
2. dT – доля исходной таможенной пошлины в цене конечного потребления;
3. I_i – индекс роста цен импортного товара;
4. I_p – индекс роста цен импортозамещающего товара (либо в общем случае дефлятор ВВП);
5. k – коэффициент (индекс) роста защитной пошлины по отношению к исходному значению таможенной пошлины;
6. Z – защитная таможенная пошлина.

Так как соотношение индекса цен по импортному товару и индекса роста цен по импортозамещающему товару (или дефлятора ВВП) является индикатором опережения цен на импортную продукцию, формальное тождество выглядит следующим образом:

$$(1) \quad (dT + (1 - dT)) * (I_i/I_p) = (1 - dT) + dT * k;$$

откуда

$$(2) \quad k = (li/(lp \cdot dT)) - 1/dT + 1$$

Уровень защитной пошлины есть произведение базовой импортной пошлины и коэффициента k , то есть:

$$(3) \quad Z = T \cdot k;$$

Для практического применения данной методики используем следующие группы товаров, имеющих различную величину импортных пошлин: телевизоры LCD и стиральные машины.

Расчеты по телевизорам LCD будут иметь вид:

$$k = (107,5/(106,7 \cdot 0,43)) - 1/0,43 + 1 = 1,02$$

$$Z = 500 \cdot 1,02 = 510 \text{ евро}$$

А по стиральным машинам:

$$k = (106,5/(101,3 \cdot 0,13)) - 1/0,13 + 1 = 1,39$$

$$Z = 50 \cdot 1,39 = 69,5 \text{ евро}$$

При изменении цен производятся аналогичные расчеты (см. табл.4).

Таким образом, при прочих равных условиях, изменение ценовых пропорций эквивалентно следующему изменению импортных пошлин при различных их базовых значениях.

При росте цен импортной продукции на 7,5% по телевизорам и при росте цен на отечественный аналог на 6,7% реальная импортная пошлина равна 508,72 евро. Цены на импортную продукцию растут немного быстрее, чем цены на отечественный аналог, поэтому изменять импортные пошлины нет надобности.

В случае, если цены на импортную продукцию растут недостаточно быстро по сравнению с ростом цен на отечественные аналоги, то необходимо установить такой уровень пошлины, который сможет обеспечить защиту производителя РБ. Это видно в случае, когда цены на импортную продукцию увеличились на 5,8%, а цены на отечественные аналоги выросли на 9,3%. Реальная пошлина составила 462,77 евро. Государство ее может увеличить до такой величины, которая обеспечит опережение роста цен на импортную продукцию, но не выше 500 евро, т. е. базовой величины.

Таблица 4

Телевизоры LCD						
Базовое значение импортной пошлины, евро	500	500	500	500	500	500
Защитная пошлина, евро	508,72	497,83	481,73	484,98	469,06	462,77
Рост пошлины - в разгах	1,02	1,00	0,96	0,97	0,94	0,93
Стиральные машины						
Базовое значение импортной пошлины, евро	50	50	50	50	50	50
Защитная пошлина, евро	69,74	65,54	62,46	60,15	55,63	52,24
Рост пошлины - в разгах	1,39	1,31	1,25	1,20	1,11	1,04
Изменение lp по телевизорам	106,7	107,0	108,2	108,4	109,0	109,3
Изменение lp по стир. машинам	101,3	101,5	101,9	102,3	102,5	103,2
Изменение li по телевизорам	107,5	106,8	106,5	107,0	106,1	105,8
Изменение li по стир. машинам	106,5	105,6	105,2	105,0	104,0	103,8

Данные расчеты дают информацию государству, импортерам и производителям импортзамещающей продукции о реальной величине действующей импортной пошлины, а также о масштабах защиты внутреннего рынка при изменении цен на импортные товары.

Индикатором спада или роста производства может служить показатель эластичности импорта от импортных пошлин.

Очевидно, что если, например, для какого-то товара защитная пошлина составила 65,54 евро вместо исходных 50, то есть увеличение составило 15,54 евро, и, при этом импорт сократился на 7,77%, то эластичность импорта по уровню пошлины равняется $(-0.5) = (-7,77/15,54)$. То есть, в этом случае, можно утверждать, что увеличение импортной пошлины на 2,46 евро приводит к снижению импорта на 1,23% и, наоборот, снижение импортной пошлины на 2,46 евро приводит к увеличению импорта на 1,23%.

Оценка эластичности импорта от уровня импортных пошлин по различным товарам и товарным группам позволяет рассчитать первоначальные последствия различных сценариев регулирования импортных пошлин в результате воздействия внешних факторов (например, при вступлении РБ в ВТО).

Таким образом, предложенная методика может применяться в регулировании импортозамещения для определения такого уровня пошлины, который обеспечивает опережение роста цен на импортную продукцию. Расчет величины защитной пошлины является экономическим инструментом, позволяющим при прочих равных условиях количественно измерить влияние изменения импортной пошлины на защищенность внутреннего рынка, а также принять меры по защите производителей отечественной продукции.

Литература

1. Декрет Президента Республики Беларусь от 28 января 2008 г. № 1 «О стимулировании производства и реализации товаров (работ, услуг)».
2. <http://belstat.gov.by>
3. Постановление Совета Министров от 24 марта 2006 г. № 402 "О Государственной программе импортозамещения на 2006-2010 годы".

УДК [657.22:574] (476)

Оборонова М.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Сенокосова О.В.

УО «Брестский государственный технический университет» г. Брест

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УЧЁТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Устойчивое развитие страны зависит от учёта экологических факторов во всех сферах жизнедеятельности общества, которые оказывают влияние на экологическую безопасность. В последние годы особое внимание уделяется системным вопросам, касающимся не только снижения негативного воздействия конкретных производств и отраслей на окружающую среду, но и правильности учёта тех или иных объектов бухгалтерского учёта с целью предотвращения их негативных воздействий.

Однако для того, чтобы оценить урон, наносимый окружающей среде субъектом хозяйствования, а также экономическую активность предприятия, целесообразно накапливать необходимую информацию в бухгалтерском учёте.

Все это свидетельствует о важности выделения экологического учета как сегментарной области бухгалтерского учета. Место бухгалтерского экологического учета и его взаимосвязь с другими видами учета представлены на рисунке 1.

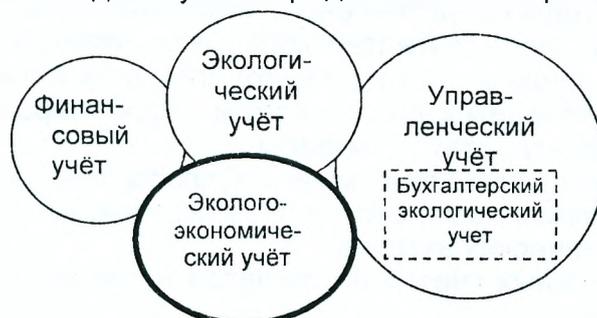


Рис. 1. Взаимосвязь экологического учета с основными видами учета