

ности. Весьма важным элементом в данной системе выступает TRIPS — соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности ВТО. Он представляет собой свод правил, регламентирующих торговлю и инвестиции в идеи и творческие начинания. В нем оговаривается режим защиты интеллектуальной собственности в процессе осуществления торговых операций. TRIPS направлен на защиту интеллектуального труда от плагиаторов и фальсификаторов.

Необходимость подписания подобного соглашения обусловлена участвовавшими нарушениями прав владельцев интеллектуальной собственности в процессе торговых операций. Пиратство сказывается на деятельности всех субъектов хозяйствования: авторы лишаются части вознаграждения, фирмы — значительной части прибыли, государства недополучают налоги. В рамках TRIPS определяются объекты, на которые распространяется его действие, и единая система защиты прав собственности для всех государств, подписавших его. Кроме того, в данном соглашении впервые правовое закрепление получили обозначения мест происхождения товара.

Н.А. Хаустович, аспирант

БГЭУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ

Важным направлением повышения эффективности работы предприятий и функционирования экономики страны является энергосбережение. Успех этого мероприятия во многом зависит от применения эффективного экономического механизма энергосбережения.

Экономический механизм как система экономического управления энергосбережением включает в себя: методы экономического обоснования эффективности энергосберегающих предприятий, нормирование энергопотребления, систему ценообразования на энергию, материальное стимулирование, систему инвестирования энергосбережения и др. Все указанные элементы взаимосвязаны друг с другом.

Анализ работы промышленных предприятий показывает, что у них имеются немалые резервы экономии топлива и энергии, которые должны быть выявлены. В значительной мере это зависит от обоснованности нормирования. Энергетические нормы должны отражать оптимальные технологические и энергетические режимы загрузки оборудования. При разработке норм расхода энергоноси-

телей следует учитывать: производительность оборудования; технологические параметры, характеристики сырья и материалов; графики работы оборудования в течение смены, суток, недели и месяца. Это важно для учета потерь при пусках, для учета возможности использования вторичных энергоресурсов и других резервов экономии энергии.

Важная роль в управлении энергосбережением принадлежит тарифам на энергию. Существующая система двухставочных тарифов на электроэнергию нацелена на выравнивание режима электропотребления, в частности, путем смещения электропотребления в пиковое время на другое время суток. Данная функция этого тарифа стимулирует и энергосбережение, потому что предприятия, снижая электропотребление в период максимума нагрузки, одновременно с этим уменьшают энергопотребление в целом.

При оценке экономического эффекта большое значение имеет правильное определение стоимости сэкономленной энергии. Она определяется как произведение ее цены на величину снижения потребления энергии. В связи с этим могут возникнуть трудности с выбором правильной цены на энергию. Как известно, для ряда потребителей установлены льготные тарифы, которые намного ниже себестоимости полезно отпущенной энергии. Такая величина тарифа хотя и даст реальную экономию для конкретного потребителя, но будет характеризовать искаженное представление о реальной экономии у производителя энергии. Поэтому важно с учетом особенностей постановки конкретной задачи выбрать объективный способ оценки стоимости единицы энергии.

Нужно обратить внимание на следующее обстоятельство. Снижение расхода энергии сопровождается увеличением прибыли у предприятия — потребителя энергии. Но прибыль, как известно, облагается налогом. И, следовательно, часть увеличения прибыли необходимо будет выплатить в виде налога на прибыль. Это означает, что реальная эффективность энергосберегающего мероприятия будет существенно ниже. Такая эффективность называется финансовой.

Именно финансовая эффективность является итоговым показателем эффективности энергосберегающего мероприятия. Надо заметить, что налоговым законодательством могут быть предусмотрены льготы на прибыль для подобного рода мероприятий с целью стимулирования энергосбережения.

Весьма важным видится прямое участие государства в проведении политики энергосбережения в отраслях народного хозяйства страны. Это участие может проходить через создание специальных фондов, предоставление целевых кредитов и безвозмездных ссуд для проведения энергосберегающих мероприятий на госбюджет-

ных предприятиях, проведение политики налоговых льгот для предприятий, осуществляющих энергосберегающие мероприятия.

О.Г. Черненко, ассистент

БГЭУ (Минск)

ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Применение маркетингового подхода на большинстве белорусских предприятий легкой промышленности до сих пор остается делом будущего, а не настоящего. Изменение экономической формации поставило предприятия перед необходимостью развития системы реализации производимой продукции, что привело к использованию отдельных элементов маркетинга. Однако пока еще рано говорить о массовой практике реализации маркетингового концептуального подхода, учитывающего потребительский спрос, рыночную конъюнктуру, поведение конкурентов и особенности внешней среды при управлении предприятиями. На данном этапе развития отрасли можно утверждать, что значительная часть предприятий пришла к пониманию необходимости маркетинга и пытается с большим или меньшим успехом внедрять отдельные элементы.

Особенностью применения маркетинга на белорусских предприятиях является нарушение его целостности, комплексности. Мировая практика свидетельствует о том, что отказ от развития хотя бы одного элемента комплекса может сделать маркетинг в целом неэффективным, а в ряде случаев — убыточным. Однако для предприятий всех сфер промышленности республики характерно появление служб маркетинга из-за сложности в области сбыта, которые связаны зачастую не с уровнем конкуренции на рынке, а с несоответствием потребительских свойств выпускаемой продукции требованиям рынка. Это приводит к тому, что приоритетным направлением развития маркетинга становится сбыт, дополняемый аналитической функцией, которая постепенно вырождается в связи с тем, что сотрудники службы маркетинга не в полной мере могут ее использовать из-за отсутствия специальных навыков.

Проведение интеграционных процессов в области маркетинга осуществляется с целью развития маркетингового потенциала системы, направленного на укрепление конкурентных позиций и рост конкурентоспособности предприятия в целом. Развитие маркетин-