

сближения стран. Обобщенный опыт мирового интеграционного опыта, региональных евразийских объединений доказывает, что использование экономической интеграции — важнейший фактор повышения эффективности хозяйства, что требует разработки концептуальных основ формирования организационно-экономического механизма интеграционного объединения.

*К.В. Семак, аспирант
БГУ (Минск)*

РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА МЕДИАУСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современной мировой экономике экспорт медиативаров и услуг занимает одно из ведущих мест, являясь наиболее эффективным с точки зрения прибыли и географии продаж. В то же время при общем разовом тираже белорусских периодических изданий около 13 млн экз. за период с 2000 по 2006 г. объемы экспорта медиауслуг снизились на 5 %, экспорт печатных книг сократился в три раза.

В ходе исследования выяснено, что основными причинами, сдерживающими развитие медиаэкспорта в Республике Беларусь, являются:

- 1) сокращение издания книг на экспорт на подведомственных предприятиях;
- 2) отсутствие унификации налогового и таможенного законодательства со странами, на которые приходится медиаэкспорт;
- 3) невысокий уровень качества товаров и услуг;
- 4) преобладание традиционных торговых партнерских отношений, обусловленных историческими, культурными, политическими, экономическими интересами;
- 5) неотработанность механизмов экспортно-импортных отношений регионов республики с зарубежными партнерами.

Основными направлениями реализации программы развития экспорта медиауслуг являются:

- 1) обновление полиграфического оборудования за счет привлечения средств республиканского бюджета, использования инновационного фонда Министерства информации и собственных средств предприятий (амортизационных фондов);
- 2) гармонизация налогового и таможенного законодательств;
- 3) пересмотр таможенных пошлин на ввоз бумаги, полиграфических материалов, оборудования для типографий Республики Беларусь, ставки которых значительно выше (15 %), чем ставки пошлин на ввоз печатной продукции (5 %);
- 4) формирование товаропроводящей сети и системы маркетинговых исследований экспорта;
- 5) расширение структуры медиаэкспорта за счет освоения новых видов печатной продукции (переводная литература, издания на иностранных языках и пр.), новых медиауслуг.