

отражает наличие у большинства предприятий как нормальной прибыли, так и дифференциальной ренты. Сокращение части доходов предприятий лежит в системе формирования их отчетности, позволяющей занижать реальные доходы. Помимо этого, существенное различие между оптовыми и розничными ценами на одни и те же природные материалы позволяет говорить о возможном теневом характере перераспределения ренты. В этих условиях, по нашему мнению, дифференциальная рента, рассчитанная через замыкающие затраты, будет отражать удельную экономию на текущих и капитальных затратах предприятия, работающего на лучшем месторождении. Эта величина ренты — нижняя граница ее оценки. Возможную дополнительную сверхприбыль можно рассчитать через разницу между экономической прибылью и нормальной прибылью предприятия в условиях долгосрочного освоения месторождения. Произведенные нами расчеты позволяют сделать вывод о том, что дифференциальная рента второго рода на лучших месторождениях края может достигать 11 %, а дифференциальная рента первого рода — до 21 % цены продукции.

*Л.И. Панкруская, канд. с.-х. наук
БГЭУ (Минск)*

УЧЕТ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ И РАЗРАБОТКЕ ПРОДУКЦИИ

Решая задачу повышения конкурентоспособности продукции, необходимо учитывать международные требования, предъявляемые к качеству продукции, ее безопасности и экологическим характеристикам. В 2002 г. Международной организацией по стандартизации был принят стандарт ISO/TR 14062:2002 «Environmental management. Integrating environmental aspects into product design and development», на основе которого разработан национальный стандарт СТБ ИСО/ТО 14062-2006 «Управление окружающей средой. Экологические аспекты, учитываемые при проектировании и разработке продукции». Настоящий стандарт устанавливает общие принципы и существующие практические методики, касающиеся учета экологических аспектов при проектировании и разработке продукции. Дата его введения в Республике Беларусь — 1 апреля 2007 г.

Следует отметить, что со стороны потребителей возрастает потребность в продукции, оказывающей значительно меньшее воздействие на окружающую среду.

В свою очередь научно обоснованный выбор материалов и сырья, процессов производства и возможность сбора отходов и их переработки позволяет производителям создавать продукцию, при производстве, транспортировке, применении и утилизации которой используется меньше энергии и ресурсов, образуется минимальное количество отходов, выбрасывается меньше загрязняющих веществ в атмосферный воз-

дух. Все эти экологические аспекты необходимо учитывать при проектировании и разработке продукции на всех стадиях ее жизненного цикла.

Для определения аспектов, которые могут быть усовершенствованы, необходимо проанализировать экологические проблемы, связанные с производством, потреблением и утилизацией продукции.

На первом этапе необходимо исследовать жизненный цикл продукта с целью идентификации экологических аспектов, на втором — определить всех участников системы поставок и реализации (поставщики сырья, дистрибьюторы, продавцы, специалисты по маркетингу и предоставлению услуг) и проанализировать, каким образом можно организовать работу по улучшению и сохранению экологических характеристик продукта.

Учет экологических аспектов при проектировании и разработке продукции может поддерживаться существующими системами управления (менеджмента качества и экологического менеджмента).

Основными направлениями экопроектирования продукции являются: минимизация количества используемых в производстве материалов; энергосбережение; использование экологически чистых материалов; экологизация производственных процессов; применение вторично перерабатываемых материалов; продление срока службы продукта; повышение эффективности транспортировки (за счет уменьшения объема продукта) и эффективности потребления; утилизация.

Процесс проектирования и разработки продукции включает: планирование; концептуальное проектирование; рабочий проект; испытания/опытный образец; производство; выпуск на рынок; анализ продукции.

Общий анализ процесса проектирования и разработки продукции предусматривает оценку экологических преимуществ и эффективности затрат. Например, уменьшение потребления материалов и энергии, создание продукта, легче поддающегося вторичной переработке, повышение эффективности транспортировки продукции дают возможность снизить затраты на производство продукции и повышают ее конкурентоспособность.

Улучшение экологических характеристик продукции и соответствующая реклама позволят привлечь потребителя и завоевать новые рынки сбыта, а также уменьшить негативное воздействие товаров и услуг на окружающую среду.

*Т.И. Парицкая, ассистент
БГЭУ (Минск)*

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Переход Республики Беларусь к устойчивому развитию требует изменения приоритетов в экологической и экономической политике государства от принципа «реагирования и исправления» к принципу «активной профилактики».