

Environmental Kuznets Curve (EKC), revisited to include the hypothesis of tourism development (De vita et al 2015).

In an attempt to develop the EKC model beyond growth, some authors have extended the conventional EKC framework by including additional variables, such as energy use (Apergis and Payne, 2009), trade (Ang 2008; Halicioglu 2009) and population density (Akboastanci et al. 2009). Despite these extensions, little attention has been paid to the tourism sector (Katircioglu, 2014a, b); Katircioglu et al., 2014; Lee and Brahmaasrene, 2013). However, evidence from these recent empirical studies is in favour of a strong contribution of tourism to CO₂ emissions.

Contextualising the role of tourism in the EKC framework is important not only to establish the extent to which CO₂ emissions depend on tourism development, but also to investigate if tourism development, by leading economic growth, might help the economy to achieve faster the level growth after which CO₂ emissions are expected to decline.

It is not possible to develop tourism without incurring environmental impacts but it is possible, with correct planning, to manage tourism development in order to minimize the negative impacts while encouraging the positive impacts.

An increasing number of studies reveal that tourism industry makes a substantial contribution towards socioeconomic growth and development of tourism led economies. However, tourism steered economic growth and development is achieved at the cost of environmental pollution and degradation. The empirical results reveal that tourism has a significant positive effect on environmental pollution. However, an inverse relationship between tourism and environmental pollution is observed all over the world. Empirical findings suggest that sustainable economic growth and development should be ensured by implementing prudent public policy where host governments must strive to promote socially and environmentally responsible tourism industries in their respective countries.

Н. С. Шелег, д-р экон. наук, профессор

Л. П. Боган

Л. В. Чибисова

БГЭУ (Минск)

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ СОДЕЙСТВИЕ РАЗВИТИЮ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

В современных условиях ужесточения международной конкуренции возрастает роль организационно-экономического и информационного государственного содействия национальным экспортерам и импортерам в освоении новых рынков, увеличении стоимостных объемов экспорта и повышении эффективности основных и вспомогательных внешнеторговых операций.

С экономической и организационной точек зрения национальные системы организационно-экономической и информационной поддержки внешнеторговой деятельности различных стран имеют схожую структуру, которая включает в себя следующие элементы:

1. Государственные органы власти всех уровней. Каждый из таких органов имеет сайт в сети Интернет, который содержит контактные данные и характеристику функциональных обязанностей структурных подразделений органа, приоритеты и методы реализуемой внешнеторговой политики.

2. Заграничные представительства государств. Сайты таких представительств содержат сведения об экономике, культуре и политике страны. У Республики Беларусь

это подведомственные Министерству иностранных дел дипломатические представительства в 50 странах мира.

3. Межведомственные организации по информационной поддержке (комитеты, группы, советы). На заседаниях таких институтов обсуждаются проблемные вопросы в области развития внешнеторговой деятельности и варианты их решения с учетом мнения всех заинтересованных сторон страны.

4. Торгово-промышленные палаты (ТПП). Благодаря разветвленной представительской сети региональных отделений и заграничных представительств, членству в Международной торговой палате и в смешанных торговых палатах данные неправительственные некоммерческие организации способны оказывать большое количество организационно-информационных услуг.

5. Добровольные объединения предпринимателей. Они формируются, как правило, по отраслевому принципу и являются характерными для стран вне зависимости от масштабов их экономик (крупная либо малая).

6. Государственные центры информационной поддержки. Такие центры создаются при государственных министерствах, службах и оказывают ряд организационно-экономических и информационных услуг для государственных служащих и предприятий, осуществляющих внешнеторговую деятельность.

7. Межгосударственный центр электронной торговли. Под эгидой ЮНКТАД ООН была создана международная неправительственная структура — WTRF, целью которой является оказание информационной поддержки малых и средних предприятий стран с развивающейся экономикой.

8. Центр международной торговли (ЦМТ). Более 300 аналогичных центров почти в 100 странах объединено в Ассоциацию центров международной торговли (АЦМТ). Входящие в данную международную и неполитическую организацию ЦМТ имеют клиентскую базу, которая включает свыше 750 тыс. компаний и миллионы частных лиц по всему миру.

9. Частные и государственные информационно-консультационные службы и редакционно-издательские организации.

10. Научно-исследовательские и учебные заведения.

11. Субъекты инновационной инфраструктуры. Повышению эффективности организационно-информационного содействия таких субъектов способствует консолидация их усилий в форме национальных и международных ассоциаций.

12. Институты финансового стимулирования экспорта. В мире существует около 50 экспортных кредитных агентств, которые осуществляют субсидирование более чем 10 % международной торговли, оказывают ряд финансовых (финансирование, страхование и/или гарантирование экспорта) и информационных услуг.

13. Региональная инфраструктура содействия развитию приграничного торгово-экономического сотрудничества. Распирение границ ЕС за счет вступления новых членов — стран Центрально-Восточной Европы — способствовало созданию новых евро-регионов.

14. Координирующий орган системы информационного обеспечения внешнеторговой деятельности. С организационно-экономической точки зрения в большинстве случаев он является специализированным государственным агентством.

Эффективность системы информационной поддержки внешнеторговой деятельности развитых стран основывается на активизации использования современных информационно-коммуникационных технологий, постоянном изменении перечня услуг и способов их оказания с учетом меняющихся нужд экспортеров и импортеров, а также четкой координации и конструктивном взаимодействии всех элементов такой системы между собой и с институциональными составляющими аналогичных системы стран — внешне-торговых партнеров.

Таким образом, благодаря организационно-экономическому и информационному содействию во многих странах были сформированы национальные системы поддержки участников внешнеторгового обмена, призванные решить две основные задачи: 1) упростить доступ национальных экспортеров и импортеров к современным достижениям отечественной и зарубежной науки и техники, передовому производственному и коммерческому опыту, конъюнктуре мировых рынков с учетом перспектив их развития, формам и методам конкурентной борьбы, формам национального и международного нормативно-правового регулирования внешнеторговой деятельности; 2) ознакомить представителей деловых кругов разных стран с достижениями в экономике, науке и технике конкретного государства, а также прорекламировать преимущества сотрудничества с его экспортерами и импортерами и продвигать интересы национальных экспортеров по официальным дипломатическим каналам.