

Ценовая неконкурентоспособность продукции предприятий нефтеперерабатывающего комплекса Республики Беларусь: причины и пути преодоления

В республике посредством действия нынешней системы налогообложения, созданы такие условия для производителей нефтепродуктов, когда выпускаемая ими продукция не является конкурентоспособной из-за большого удельного веса косвенных налогов в цене, что приводит к переходу предприятий нефтеперерабатывающего комплекса РБ на давальческую схему работы, когда собственниками сырья и готовой продукции выступают иностранные фирмы — поставщики нефти. Анализируя данную проблему на примере Новополоцкого производственного объединения “Нафтан”, можно сделать вывод о том что переход на давальческое сырье обусловлен следующими объективными причинами:

— инфляция 1994 года, сокращение объемов производства и существенное удорожание топливно-энергетических ресурсов не позволяют обеспечить достаточный запас денежных средств для стабильного пополнения оборотных средств;

— высокие процентные ставки банковского кредита делают экономически невыгодным использование кредитов для покупки сырья;

— действующие налоговые ставки определяют неконкурентоспособную цену нефтепродуктов, полученных из покупного сырья.

Так, в период с 1993 по 1996 гг. доля давальческой нефти в общем объеме перерабатываемого сырья возросла с 21 % до 100 %.

Белорусские производители нефтепродуктов вносят в бюджет и внебюджетные фонды республики, областей и городов 16 видов налогов и неналоговых платежей, из них 4 включаются в цену продукции, 1 — выплачивается из прибыли, а остальные относятся на себестоимость. Удельный вес этих платежей в цене нефтепродуктов достигает 30 %. Высокий уровень налогов и неналоговых платежей в составе цен на нефтепродукты приводит к неконкурентоспособности большинства нефтепродуктов, производимых предприятиями нефтепереработки при стоимости нефти свыше 105 \$ за тонну.

Тем не менее, рынок готовых нефтепродуктов РБ насыщен иностранными фирмами — российскими прибалтийскими и рядом других, которые, пользуясь таможенными и налоговыми льготами, предусмотренными ныне действующим законодательством Республики Беларусь, завозят в республику такие стратегические ресурсы, как нефть и газовый конденсат, перерабатывают их на белорусских нефтеперерабатывающих предприятиях и реализуют полученные нефтепродукты в Республике Беларусь и за ее пределами по ценам, более низким, чем цены белорусских предприятий — производителей нефтепродуктов. Так называемые “нерезиденты РБ”, согласно белорусскому налоговому законодательству, не являются плательщиками налогов и сборов, предусмотренных им для белорусских предприятий, вследствие чего реализуемая ими продукция является более конкурентоспособной по критерию цены (цена на автомобильный бензин ниже цены предприятия — производителя на 60 \$ за тонну). По этой причине белорусские нефтеперерабатывающие предприятия работают сейчас преимущественно по давальческой схеме, выступая только как переработчики исходного сырья и не являясь собственниками готовой продукции. Такой схеме работы, в частности ПО Нафтан, способствует и то, что предприятию не выгодно, при нынешней системе налогообложения, выступать собственником нефти, так как доля сырья

в себестоимости составляет порядка 40 % (по данным 1996 года), а покупка сырья за собственные средства и выпуск продукции в условиях ее ценовой неконкурентоспособности приведет к омертвлению оборотных средств предприятия в виде готовой продукции.

Выходом из создавшегося положения могла бы стать отмена института нерезидентов РБ для целей налогообложения деятельности вышеназванных субъектов хозяйствования в области производства и реализации продуктов нефтепереработки. Каждая иностранная фирма, в таком случае, обязательно открывая свое представительство на территории Республики Беларусь, являлась бы плательщиком налогов и сборов, предусмотренных налоговым законодательством нашего государства. Это позволило бы не только белорусским нефтеперерабатывающим предприятиям устанавливать цены на внутреннем рынке готовых нефтепродуктов, но и увеличить количество налогов и пеналоговых платежей, поступающих в бюджет нашего государства.

Повышению ценовой конкурентоспособности в большой степени содействовало бы и исключение из отпускной цены предприятий – производителей нефтепродуктов таких косвенных налогов, как акцизы и отчисления в различные внебюджетные фонды. По своей экономической природе они увеличивают цену товара, то есть ложатся на плечи потребителей, а в сложившейся ситуации они являются и одной из основных причин неконкурентоспособности по критерию цены продукции нефтеперерабатывающих предприятий. Это не значит, что от вышеназванных налогов следует отказаться, ведь они составляют значительную часть доходов государственного бюджета. В нынешней экономической ситуации следовало бы взимать косвенные налоги с потребителей – юридических лиц, приобретающих нефтепродукты у предприятий-производителей для последующей реализации их мелким оптом (нефтебазы, АЗС). Данная мера позволит, даже при сохранении института нерезидентов Республики Беларусь, работающих на рынке готовых нефтепродуктов, снизить отпускные цены на нефтепродукты белорусских предприятий – производителей до уровня конкурентоспособных.

Таким образом, предложенные мероприятия позволяют не только предприятиям нефтеперерабатывающего комплекса Республики Беларусь производить и реализовывать нефтепродукты, являясь их собственниками, и устанавливать оказывать существенное влияние на состояние рынка готовых нефтепродуктов республики, но и увеличить объем налоговых поступлений в бюджет государства.

*Е.Н. Горчакова, ассистент
Белорусский государственный экономический университет*

Необходимость использования маркетинга в деятельности коммерческих банков Республики Беларусь

Внедрение маркетинга в банковскую сферу Республики Беларусь начинает происходить параллельно переходу к рынку всех сфер хозяйствования, что еще больше усиливает значение маркетинга, направленного на активизацию банковской деятельности и формирование такой банковской системы, которая ориентирована на рынок, максимальное удовлетворение нужд клиентов на основе рыночной деятельности. Недостатком настоящего периода перехода к рынку является отсутствие концепции маркетинга, определяющей основной конструктивный принцип, механизмы данного вида деятельности в банковской сфере Республики Беларусь. Актуальность проблемы связана с появлением на финансовом рынке Республики Беларусь большого числа коммерческих банков, предлагающих различные услуги, что неизбеж-