

4) Совершенствование международных стандартов деятельности на финансовых рынках. Работа в данном направлении заметно активизировалась с 2008 г. (разработка соглашений Базель III и др.). В условиях глобализации финансовых рынков и роста взаимозависимости национальных экономик необходимо разработать модель финансового регулирования, основывающуюся на выявлении и устранении системных рисков, которые могут представлять угрозу для финансовой стабильности стран и мировой экономики.

Литература

1. Гроссман, Ю. А. Системные риски и подходы к международному регулированию финансовых рынков / Ю. А. Гроссман // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. — 2016. — Т. 3. — № 2. — С. 95–114.

2. Финансовая стабильность в Республике Беларусь. Аналитическое обозрение. — Минск, 2016. — 117 с.

Потенциал развития рынка экологически чистой продукции текстильной промышленности

*Бенюш П. В., студ. IV к. АУнПРБ,
науч. рук. ст. преп. Шуст А. С.*

Мировые объемы отходов растут, опасные химические соединения используются при производстве товаров — данные события служат главными стимулами к реализации экологических инициатив по всему миру. Рынок экологических товаров и услуг является «растущим». По мнению психологов, склонность людей к натуральным и экологически чистым товарам и услугам объясняется стремлением контролировать свою жизнь в динамичном и техногенном мире [1].

Подтверждение экологической чистоты товаров осуществляется с помощью различных сертификатов, получение которых является условием для доступа на зарубежные рынки (США, ЕС, Япония). Существует ряд сертификатов, подтверждающих, что продукт является безопасным для окружающей среды и здоровья человека. Например, ISO 14 000 — международный стандарт, содержащий требования к системе экологического управления, по которым проходит сертификация [2]. Также существуют отраслевые стандарты. Например, «экологичность» текстиля гарантируют сертификаты GOTS (Global Organic Textile Standard), USDA National Organic Programme (NOP) и Japanese Agricultural Standard (JAS) и Oeko-Tex Standard 100.

Эксперты Natural Marketing Institute (NMI) выделяют особую социально-демографическую группу населения, которая придает большое значение натуральности продукции и экологическому имиджу производителя товаров и

услуг, ведет здоровый образ жизни и готова платить больше за качественную продукцию — «LOHAS» (Lifestyles of Health and Sustainability). По оценкам института, данная группа составляет около 17% потребителей [3]. Согласно статистическим данным, они имеют доход выше среднего, а также одно или два высших образования. LOHAS — самые крупные покупатели экологически чистых товаров.

Эко-товары имеют высокую эластичность спроса. Потребители, которые более чувствительны к цене, уделяют меньше внимания экологической чистоте продуктов, поэтому спрос на эко-товары во время экономического спада будет низким, что говорит, о достаточно высоком финансовом риске. Поэтому перед выводом эко-товара на рынок должно быть проведено масштабное маркетинговое исследование во избежание убытков.

Рассматривая текстильный сектор экономики можно отметить, что одежда из натуральных тканей, с экологическими сертификатами — практически товар премиум класса, в то время как одежда из синтетических волокон чаще всего — товар для масс-маркета. В соответствии с данными подготовленного Textile Exchange обзора «Preferred Fiber Market Report 2017», на сегодняшний день доминирующим исходным материалом в производстве пряжи является полиэстер, доля которого по итогам 2016 г. составила 64%, что практически в три раза превысило долю его ближайшего конкурента — хлопка (22%). Третий по удельному весу материал — целлюлоза 6%, четвертый — шерсть 1,5%. По сравнению с 2015-м в 2016 г. произошел рост производства пряжи из полиэстера на 9%, а также рост производства пряжи из шерсти на 0,3%. При этом, на сегодняшний день существуют технологии полной переработки полиэстера для последующего создания новой ткани и в дальнейшем нового продукта. Так, использование переработанного полиэстера выросло на 58% в 2016 г. [4].

Таким образом, успешно существуют две рыночные ниши: эко-товары — товары из натуральных материалов предназначенные для населения с уровнем дохода выше среднего, и товары из синтетических материалов — для населения со средним уровнем дохода или ниже, а также для различных производственных нужд.

Дальнейшее положение эко-товаров будет зависеть от множества факторов. На данный момент ясно то, что вопросы экологии становятся все более актуальными, и будущее всех экологических инициатив, в том числе «эко-потребление», будет зависеть от экологической грамотности людей и политики, проводимой государством.

Литература

1. Смирнова, Е. В. Экологическая маркировка. Руководство для бизнесменов и вдумчивых покупателей / Е. В. Смирнова. — М. : Зеленая книга, 2012. — 128 с.

2. Учебное пособие по стандарту ISO 14001:2004 с комментариями [Электронный ресурс] / Сообщество экологов «Промышленная экология». — Режим доступа: http://eco.com.ua/sites/eco.com.ua/files/lib1/navch_mat/iso_14001.pdf. — Дата доступа: 25.04.2018.

3. Green Marketing [Электронный ресурс] / Marketing-Schools.org. — Режим доступа: <http://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/green-marketing.html>. — Дата доступа: 25.04.2018.

4. Preferred Fiber & Materials Market Report 2017 [Электронный ресурс] / Textile Exchange. — Режим доступа: <https://textileexchange.org/downloads/2017-preferred-fiber-materials-market-report/>. — Дата доступа: 25.04.2018.

Сбытовая деятельность ОАО «Гродногазстройизоляция»

*Бусько О. С., студ. IV к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. Концеал Е. В., канд. эк. наук, доц.*

Промышленные предприятия не только производят продукцию в нужном количестве, ассортименте и качестве, соответствующую запросам потребителя, но и обеспечивают коммерческую деятельность по сбыту готовой продукции. В условиях рыночных отношений усиливается ее роль, усложняются задачи [3; 446].

Главная цель сбытовой деятельности — реализация экономического интереса производителя (получение предпринимательской прибыли) на основе удовлетворения платежеспособного спроса потребителей [1; 72]. Изучим организацию сбытовой деятельности на примере ОАО «Гродногазстройизоляция».

ОАО «Гродногазстройизоляция» обеспечивает трубоизолированной продукцией внутренний рынок Республики Беларусь, где основными потребителями являются газоснабжающие и строительные организации ГПО «Белтопгаз»; РУП «Производственное объединение «Белоруснефть»; ОАО «Гроднопромстрой»; ОАО «Гродножилстрой»; поставщики металлопродукции, зарегистрированные на бирже: ОДО «МК «Промстройметалл». Сегодня в ОАО «Гродногазстройизоляция» решаются не только вопросы с поставкой качественной трубоизолированной продукции для удовлетворения потребностей нефтегазового комплекса Республики Беларусь, а также уделяется внимание вопросу поставки продукции для организации ЖКХ страны. Своим деловым партнерам и заказчикам ОАО «Гродногазстройизоляция» предоставляет широкие возможности, гибкие условия оплаты, оказание услуг по логистике для предметного и комплексного сотрудничества.