

ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ТЭК В УСЛОВИЯХ ТУРБУЛЕНТНОСТИ ЭКОНОМИКИ

В условиях нестабильной экономики возрастает актуальность проблем регулирования развития энергетики. В качестве исходной базы возможно использование результатов маркетинговых исследований для составления возможных сценариев прогноза состояния энергетики в республике. Рассмотрим, в частности, маркетинговый анализ макропоказателей работы топливно-энергетического комплекса (ТЭК).

Основные фонды отраслей ТЭК составляют около 25 % производственных фондов промышленности. Ежегодные затраты на производство и импорт энергоносителей превышают годовой объем валового внутреннего продукта (ВВП). Объем потребления всех видов энергоресурсов в 1996 г. оценивается в 24,4 млн. долларов при валовом внутреннем продукте 13,2 млн. долларов. В результате энергоемкость ВВП и национального дохода в настоящий момент более чем в два раза превышают аналогичные показатели Европейского сообщества.

Одной из острейших проблем ТЭК является усугубляющийся финансовый кризис и связанные с ним массовые неплатежи за топливо и энергию, размеры которых неуклонно растут. Это связано в первую очередь с несовершенством системы поставок и оплаты, а также отсутствием правового регулирования данной проблемы. Кроме того, свыше 50 % оборудования, используемого в отраслях ТЭК, морально устарело и уже отработало свой проектный ресурс. Финансовые ограничения не способствуют повышению эффективности производства.

На основании проведенных исследований можно выделить следующие основные тенденции в развитии самой отрасли, а также изменении запасов ТЭР:

1. Зависимость республики в обеспеченности энергетическими ресурсами остается достаточно стабильной, то есть в потреблении 80 % ресурсов осуществляется за счет их импорта.

2. Из местных ТЭР главное положение занимают: торф, дрова и бурый уголь, причем:

- производство торфа составляет 4 млн. т. ежегодно. Это производство постоянно сокращается. Ресурсы разрабатываемого и перспективного фонда извлекаемого торфа составляют 270 млн. т.;

- на имеющихся в республике месторождениях бурых углей: Житковическом, Бриневском и Тонежском с общими запасами 151,6 млн. т. добыча не производится;

· производство нефти составляет ежегодно около 2 млн. т., это около 15 % в общем потреблении республики. Увеличение производства невозможно из-за ограниченности естественных запасов. Месторождения нефти сосредоточены в Припятской впадине, площадь нефтегазоносной области около 30 тыс. км²;

В этих условиях Республика Беларусь стоит перед выбором:

- использовать собственные ТЭК, которых явно недостаточно;
- по-прежнему импортировать нефтепродукты из России;
- заниматься поисками других импортеров;
- разрабатывать альтернативные источники энергии.

Таким образом, сложившаяся ситуация в отраслях ТЭК требует разработки такой энергетической стратегии, которая позволит предотвратить дальнейшее углубление кризисных явлений, обеспечить энергетическую безопасность республики и создать фундамент для устойчивого развития народного хозяйства в перспективе.

А. Ф. Зубрицкий

Белорусская государственная политехническая академия

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НОВОЙ ТЕХНИКИ

Обеспечение конкурентоспособности новой техники на требуемом уровне предполагает необходимость ее количественной оценки. Без такой оценки все предусматриваемые предприятием меры по продвижению новой продукции на рынок могут оказаться неэффективными.

Отправной момент оценки конкурентоспособности новой техники — формирование цели исследования. Если необходимо определить положение производимой техники в ряду аналогов, то достаточно провести их прямое сравнение по главным параметрам. При исследовании, ориентированном на оценку перспектив сбыта товара на конкретном рынке, анализ предполагает использование информации, включающей сведения о товарах, которые выйдут на рынок, динамику спроса, предполагаемые изменения в соответствующем законодательстве и др.

Однако, независимо от целей исследования, основой для оценки конкурентоспособности является изучение рыночных условий.

После выбора аналогов, по которым будет проводиться анализ, на основе изучения сегмента рынка и требований покупателей, определяется номенклатура параметров, участвующих в оценке. При анализе должны использоваться те же критерии, которыми руководствуется потребитель, выбирая товар. По группам технических и экономических параметров проводится сравнение их соответствия параметрам потребности.