



РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ И ПОТРЕБЛЕНИЕ

С.В. ГРИГОРЦЕВИЧ

БЕЛОРУССКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛЕСНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

В лесохозяйственном комплексе Республики Беларусь маркетинг как концепция рыночной экономики находится на начальном этапе своего развития. И это не потому, что инженерно-технический персонал не понимает его значимости. Дело в том, что Республика Беларусь молодое в рыночном отношении государство, и экономическая категория «маркетинг» у подавляющего большинства специалистов и руководителей хозяйств ассоциировалась с понятиями «сбыт», «продажи», «реклама». Руководители и специалисты лесохозяйственных предприятий отрасли только начинают понимать маркетинг как управленческую функцию в рыночной экономике. Это связано еще и с тем, что в стране длительное время отсутствовали жесткая конкуренция, коммерческий расчет и не работали рыночные механизмы. В настоящее время, чтобы предприятию выжить, нужны грамотные, экономически обоснованные решения. В условиях быстро меняющейся конъюнктуры рынка, чтобы не только развиваться, но и удерживать достигнутые позиции, лесохозяйственное предприятие должно в первую очередь владеть основным оружием в конкурентной борьбе — информацией, сбор и анализ которой является одной из ключевых функций маркетинга на предприятии.

Маркетинг — это философия ведения бизнеса, а не просто профильные обязанности маркетологов, прописанные в должностных инструкциях. Поэтому в первую очередь необходимо осознать значимость данной управленческой функции и начать формировать, используя свой и зарубежный опыт, «маркетинговое» мышление, базирующееся на знаниях своего продукта, потребителя, правовых норм и проблем [1, 205—207].

Для Республики Беларусь лесное хозяйство — специфическая сфера деятельности. Создает лесные насаждения одно поколение, а результатом при сборе урожая пользуется уже следующее. Ошибки, допущенные при выращивании леса, обходятся дорого. В лесном хозяйстве важна преемственность поколений, ведь лес — одно из основных богатств Республики Беларусь и один из возобновляемых природных источников сырья и энергии.

Станислав Вячеславович ГРИГОРЦЕВИЧ, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и маркетинга Белорусского государственного технологического университета.

Общая площадь лесного фонда республики составляет 9,4 млн га, или почти 0,9 га на среднего статистического жителя страны. Одновременно с вырубкой спелой древесины за последнее десятилетие площадь залесения увеличилась на 170 тыс. га. Средний запас растущей древесины в расчете на 1 га покрытых лесом земель составляет в настоящее время 196 м³ [2]. Это огромное богатство, но им нужно научиться пользоваться. Ведь древесина на корню стоит недорого — около 20—60 тыс. бел. р. за кубометр в зависимости от вида и качества (по данным Белорусской товарной биржи). Для подсчета воспользуемся усредненной ценой 1 м³, к примеру 40 тыс. бел. р. В этом случае продуктивность спелого леса составляет 250 м³ ликвидной древесины с 1 га. Стоимость лесного сырья на корню по ценам настоящего периода составляет примерно 12 млрд дол. США. Это не так уж много, как кажется. Если обратиться к зарубежному опыту, то в Финляндии, Германии, Польше продуктивность 1 га спелых лесов составляет не менее 300 м³. В связи с этим белорусским лесхозам нужно задуматься о повышении качества лесной продукции.

Для того чтобы достичь и превзойти в этом вопросе зарубежных соседей, лесохозяйственному комплексу необходимы: коренная модернизация, вовлечение в хозяйственный оборот всех возможных экономических доступных древесных ресурсов; совершенствование и внедрение производительных и рациональных методов использования лесного богатства республики; значительное улучшение технической оснащенности государственной лесной охраны; применение экономичных и экологически эффективных технологий утилизации древесных отходов.

Учитывая сложившуюся конъюнктуру внутреннего и внешнего рынков, Министерство лесного хозяйства планирует увеличить объем заготовки древесины на всех видах рубки с 7,7 млн м³ в 2009 г. до 9 млн м³ к 2015 г. [2]. При этом доля бюджетного финансирования должна быть снижена с 41,2 % в 2010 г. до 30,1 % к 2015 г.

Реализация продукции лесного хозяйства напрямую зависит от уровня развития лесоперерабатывающей отрасли. В настоящее время в системе Министерства лесного хозяйства функционирует 71 лесопильно-деревообрабатывающее производство, т. е. практически каждый лесхоз имеет возможность наладить выпуск достаточно качественных пиломатериалов как для внутреннего, так и внешнего рынка. Однако объем переработки круглого леса на одно производство не превышает 15 тыс. м³ в год [2].

Энергетические проблемы современного мира вынуждают не только рационально использовать природные ресурсы (нефть, газ, каменный уголь), но и обратиться к возобновляемым источникам, каким является лес. Хотя даже в случае роста добычи доход от древесины окажется в 12 раз меньше дохода от продажи калийных удобрений. Но не смотря на это, возобновляемый природный ресурс доступен и для частных предприятий.

Концепция маркетинга позволяет эффективно приспособлять производство к условиям хозяйствования и прежде всего к запросам потребителей. Поиск способа зарабатывать деньги на зарубежных рынках в настоящее время для лесхозов не является второстепенной задачей.

При формировании системы управления продажами необходимо обратить внимание маркетинговых служб системы Министерства лесного хозяйства прежде всего на определение целевых рыночных сегментов (их потребностей, требований, пожеланий), на которые нацелено управление продажами; стратегию и тактику выхода на новые рыночные ниши; сбор информации по вероятным участникам торговых сделок (дилерам, дистрибьюторам); планирование продаж; решение проблем управления по стимулированию участников каналов сбыта лесной продукции посредством бонусов, акций, обучения, мерчендайзингу, обеспечения коммуникаций; вопросы формирования и обновления клиентской базы.

Вместе с деловой древесиной на зарубежные рынки отправляется и такой на первый взгляд прозаический товар, как обычные дрова для отопления домов. Дрова республика производит с избытком. Сегодня невостребованными остаются более 650—700 млн м³. С потребителем дров проблем не возникает. Сложность — изготовить дрова экспортного качества и соответствующим образом упаковать их. Оборудования для механической колки дров имеют не все лесхозы министерства. Примером хорошей организации при производстве данной продукции может служить Ельский лесхоз, где дрова производятся при помощи современного процессора. В сушильной камере дрова доводятся до влажности не более 25 %. Колотые дрова упаковываются в кассеты и загружаются в специальные камеры. Сушить дрова недешево, но при цене 30—50 евро за 1 м³ производство полностью окупается.

Спрос на колотые дрова со стороны зарубежных покупателей превышает возможности лесхозов по их производству из-за отсутствия современных технологий и техники. Наиболее востребованы дрова твердолиственных пород: дуба, ясеня.

Значительные перспективы открываются в связи с наращиванием выпуска нового для республики продукта переработки древесины — топливных гранул (пеллет), спрос на которые превышает производственные возможности хозяйств.

Принята программа развития лесного хозяйства на 2011—2015 гг. которой предусмотрено совершенствование действующей системы управления лесным хозяйством Республики Беларусь. Планируется разделить лесное хозяйство на два вида деятельности — лесохозяйственную и производственную (лесозаготовки и деревообработки). Предусмотрено строительство лесохозяйственных дорог протяженностью 500 км.

Выполнение запланированных программой мероприятий позволит увеличить выпуск кондиционной продукции, качественных пиломатериалов и погонажных изделий, оцилиндрованной древесины и изделий из нее.

В настоящее время основным направлением поставки белорусской лесопроductии по-прежнему остается Польша. Значительно увеличены объемы отгрузки в Финляндию. Для этой страны, примерно сопоставимой по площади, природным условиям и населению с Республикой Беларусь, древесина представляет собой наиболее важный возобновляемый источник энергии, на долю которого приходится 82 % всех возобновляемых источников. При этом главным поставщиком и потребителем древесного топлива является лесная промышленность, которая покупает топливную древесину по конкурентной цене. Например, в 2004 г. для производства энергии на рынок страны было поставлено 42 млн м³ древесины, что составляет 20 % общего потребления энергии от первичных источников [3]. Финны использовали три подгруппы древесной биомассы: древесину, заготовленную при выполнении рубок главного промышленного пользования, отходы деревообрабатывающей промышленности и отработанную древесину.

Рост потребления местных видов топлива в Финляндии объясняется не только удорожанием энергоресурсов во всем мире, но и ростом объемов производства лесной промышленности, который привел к увеличению потребления отходов и побочных продуктов промышленной деревообработки.

В настоящее время в Финляндии работает 28 бумажных фабрик, 14 предприятий по производству картона, 90 промышленных лесопильных цехов мощностью более 20 000 м³ пиломатериалов [3]. Их продуманное размещение позволяет более эффективно использовать бумажные, картонные, целлюлозные, лесопильные производства. На целом ряде предприятий выработкой энергии управляет отдельная энергетическая компания.

Производитель энергии выступает собственником электростанции, осуществляет техническое обслуживание, закупку топлива у предприятий, а также необходимое дополнительное топливо на рынке. Полученная тепловая энергия продается предприятиям и в некоторых случаях районной системе централизованного теплоснабжения, а избыточная электроэнергия — электросетям.

Коммунальные предприятия страны средних и малых городов закупают топливные гранулы непосредственно у независимых лесопильных заводов, а топливную древесину у компаний — поставщиков древесного топлива. В стране функционирует около 380 котельных и электростанций, работающих на биомассе, котлы которых могут работать на альтернативных видах топлива, чаще всего на торфе.

Одновременно функционирует значительное количество каминов и печей на дровах периодического действия (около двух миллионов), притом 50 % из них представляют собой модели, аккумулирующие тепло. В стране ежегодно вводится в эксплуатацию до 10 000 новых односемейных домов, в 90 % которых обязательным атрибутом является камин либо печь, использующихся в качестве вспомогательного источника обогрева жилого помещения.

Интересен тот факт, что в процессе использования древесного топлива цена на него систематически снижается. Этот феномен объясняется действием целого ряда факторов, связанных с научно-техническими достижениями в этой отрасли экономики.

Способствовали снижению цен и разработка систем поставок современного лесозаготовительного и транспортного оборудования, усовершенствование организации поставок сырья посредством обучения персонала и накопления соответствующего опыта, увеличение масштабов производства, переход к использованию более дешевых ресурсов.

Необходимо отметить тенденцию перманентного роста интереса лесохозяйственных предприятий Республики Беларусь к вопросам, касающимся управления продажами своей продукции. Такая работа осуществляется нередко в рамках общей реструктуризации. Подобные преобразования требуют наличия новых сотрудников, способных непредвзято оценивать сложившуюся практику и не стремящихся к отходу на устаревшие позиции, на применение привычных и отработанных, но уже неэффективных систем. В этом ключе белорусско-финские торговые отношения имеют весьма позитивную динамику со значительным потенциалом наращивания экспорта и импорта между странами в секторе лесной и деревообрабатывающей промышленности. Это прежде всего поставки лесосеменного сырья хвойных пород деревьев, а также создание совместных предприятий по выпуску топливных гранул и пеллет с перспективой поставок этой продукции в страны Евросоюза.

Литература

1. Григорцевич, С.В. Маркетинг предприятия как основное комплексное средство приспособления к происходящим переменам в экономике Республики Беларусь / С.В. Григорцевич, И.В. Мамоненко // Тр. БГТУ. Сер. VII, Экономика и управление. — 2008. — Вып. XVI.
2. Амелянович, М.А. Самое главное — движение вперед / М.А. Амелянович // Белорус. лесная газ. — 2010. — № 37.
3. Пискунов, А. Новое — хорошо забытое старое / А. Пискунов // Белорус. лесная газ. — 2010. — № 35.

Статья поступила
в редакцию 22.06.2012 г.

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.
□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□ □□□□□□□□□□. □□□□□□□□□□.