

Кроме того, транспортные услуги обладают рядом характеристик, отличающих их от маркетинга других видов услуг, что необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ.

Во-первых, услуга транспорта в большинстве случаев оплачивается до момента предоставления покупателю (например, предварительная продажа билетов, заказ на перевозку домашних вещей и т.п.). Для повышения осязаемости транспортной услуги и тем самым укрепления доверия к себе со стороны клиентов перевозчик, как правило, подробно описывает условия перевозки, акцентируя внимание на связанных с ней дополнительных выгодах.

Во-вторых, транспортная услуга представляет собой конкретную стоимость лишь в определенное время и на определенном направлении, что существенно ограничивает возможность ее замены на рынке. Она неотделима от своего источника, не может существовать вне процесса ее производства и накапливаться. Поэтому в резерве могут быть только транспортные ресурсы, содержание которых требует значительных затрат. По этой причине при колебаниях спроса перед транспортными организациями встают серьезные проблемы. Последнее обстоятельство в ряде случаев ограничивает внутриотраслевую конкуренцию.

В-третьих, качество транспортных услуг колеблется в широких пределах в зависимости от конкретных перевозчиков, а также от времени и места их предоставления. Так как в условиях рыночной конкуренции грузоотправители получают возможность выбора перевозчика, то в лучшем положении оказываются те организации, которые в состоянии предоставить услуги более широкого ассортимента и относительно высокого уровня качества.

В-четвертых, предоставление транспортных услуг предусматривает и оказание ряда посреднических услуг, в том числе услуги охраняемых стоянок, по ремонту и обслуживанию автомобилей, услуги заправочных станций, складские услуги и т.д. В зависимости от спроса со стороны потребителей, появляются новые виды услуг транспорта (страхование грузов, консалтинг и др.).

Таким образом, применительно к транспортному обслуживанию потребителей маркетинг можно определить как деятельность по реализации транспортных услуг с целью наиболее полного удовлетворения существующих и прогнозируемых потребностей, выраженных в виде спроса, причем, делая это наиболее выгодным способом, позволяющим получить максимальный эффект.

*Л.И. Прищепа, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)*

ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ И СНИЖЕНИЕ ЭНЕРГОЕМКОСТИ ПРОДУКЦИИ — ВАЖНЕЙШИЕ ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ

В концепции энергетической безопасности Республики Беларусь до 2020 г. впервые вводится специальный показатель энергоемкости продукции, товаров и услуг, которые производятся отраслями и отдельными предприятиями. Выстраивается прозрачная «вертикаль» в сфере энергопотребления: на уровне страны определяется баланс и энергоемкость валового внутреннего продукта (ВВП), на уровне министерств регламентируются конкретные программы снижения потребления энергоре-

сурсов и вопросы, связанные с уровнем норм расхода топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) на ту или иную единицу производимой продукции в денежном выражении. Без решения этих проблем невозможно достичь энергетической независимости, роста эффективности производства, повышения конкурентоспособности экономики. Учитывая низкую обеспеченность страны ТЭР и то, что изношенное на 60—70 % оборудование не может быть энергоэффективным, единственный верный путь уменьшения зависимости от импортного топлива — снижение энергоемкости продукции за счет энергосбережения.

Основные направления энергосберегающей политики, способствующие значительному снижению энергоемкости выпускаемой продукции:

- увеличение веса новой продукции, оптимизация ее структуры, совершенствование конструкций изделий, повышение их качества, долговечности и энергетической экономичности;
- тщательная стандартизация продукции с целью минимизации поступления на белорусский рынок товаров, не соответствующих критериям энергосбережения;
- совершенствование организации и энергетической базы производства, модернизация оборудования энергетических объектов и внедрение на них новых технологий, централизация тепло-, воздухо- и кислородоснабжения;
- техническое перевооружение энергетического хозяйства, внедрение энергосберегающей техники и технологий, применение экономичных материалов, заготовок, ТЭР, полное использование вторичных ресурсов и отходов производства; модернизация существующих и создание новых топочных агрегатов для эффективного и рационального использования твердотопливных материалов в виде кускового угля, угольной пыли, щепы и древесных опилок;
- увеличение использования местных, нетрадиционных и возобновляемых источников энергии в котельно-печном топливе;
- совершенствование государственной экспертизы энергетической эффективности проектных решений, сертификация продукции по энергоемкости и энергопотреблению;
- мониторинг расхода и планирующее потребление ТЭР, нормирование энергопотребления, строгое соблюдение лимитов предельного потребления электрической и тепловой энергии субъектами хозяйствования, экономический анализ энергоиспользования;
- создание в промышленном, агропромышленном и строительном комплексах страны нового парка печного и сушильно-термического оборудования с высоким коэффициентом полезного действия;
- подготовка и переподготовка специалистов предприятий, обеспечение их информацией и материалами о новейших методах и средствах эффективности использования ТЭР;
- жесткий контроль за эффективным использованием ТЭР и материальных ресурсов, принятие эффективных мер по экономии и бережливости их использования во всех сферах производства;
- совершенствование организационных и экономических механизмов стимулирования энергосбережения и экономного использования ТЭР.

Реализация экономически обоснованных и целесообразных энергоэффективных мероприятий в каждом секторе национальной экономики позволит значительно снизить энергозатраты на выпускаемую продукцию и обеспечить повышение ее конкурентоспособности.