

В общественном сознании людей потребление материальных благ перестает быть самым главным. Человек нуждается в духовных ценностях, в том числе в путешествиях, где он узнает историю, культуру, условия жизни в других странах. Таким образом, изменяется характер поведения потребителей, происходят изменения в потребностях.

*А.В. Потоцкая*  
*БГУТ (Гомель)*

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА НА ТРАНСПОРТНОМ РЫНКЕ**

Процесс доставки продукции от поставщика до потребителя состоит из ряда этапов: подготовительного, реализационного и заключительного, которые сопровождаются выполнением технических, финансовых, коммерческих, включая операционные, операций.

Традиционно считается, что своевременность выполнения перечисленных операций на всех этапах поставки продукции зависит от многих факторов (технические, экономические, технологические, правовые, социальные, политические, естественно-биологические). Опрос клиентов железнодорожного (ж/д) транспорта показал, что в реальных условиях негативно действуют на процесс доставки продукции следующие факторы: экономико-технологические, технологическо-правовые, технологическо-социально-правовые, организационно-технологические, технико-технологические, социально-экономические.

Нарушение общего транспортного и экономического пространства привело к появлению экономико-технологических факторов, связанных с наличием сложной системы тарифов и сборов; недостаточностью транспортных услуг; высоким уровнем ставок платы за пользование вагонами железных дорог; необходимостью иметь валютный счет при перевозке экспортно-импортных грузов и др. (Еловой И.А. Тарифы логистических транспортно-технологических систем. Гомель, 2001). Наличие этих причин вызывает задержку в доставке продукции, порождает случайные процессы и неопределенность технологических параметров.

Технологическо-правовые факторы появились с образованием самостоятельных государств (с распадом СССР), и они связаны со сложностью оформления экспортно-импортных грузов и перевозочных документов; наличием ограничений по погрузке вагонов не в страны-владельцы вагонов; достаточно большой продолжительностью нахождения вагонов с импортными грузами на территории Республики Беларусь до подачи на подъездной путь и т. д. Задержки в основном обусловлены выполнением таможенных операций на пунктах перехода и станциях назначения. Технологическо-социально-правовые факторы порождены отсутствием технологии работы ж/д транспорта и таможенных органов, согласованной с клиентами железной дороги.

Исходя из всего перечисленного, можно сделать вывод:

- в ныне действующем виде они появились после распада СССР и ликвидации общего экономического и тарифного пространства;
- действие комбинации этих факторов приводит к увеличению продолжительности выполнения коммерческих и финансовых операций на всех этапах процесса доставки продукции от поставщика к потребителю;
- появление данных факторов резко снижает конкурентоспособность ж/д транспорта по сравнению с другими видами транспорта и делает процесс поставки продукции на всех этапах более случайным и менее определенным.

Поэтому результаты исследований рынка транспортной продукции являются основой разработки текущей и долгосрочной политики железной дороги и ее предприятий, которая определяет темпы роста и обновления транспортных услуг, перевооружения производства, потребности в материальных, денежных и трудовых ресурсах.

Изучение рынка транспортной продукции включает изучение конкурентоспособности железнодорожных перевозок и спроса на грузовые и пассажирские перевозки, определение рыночной структуры перевозок, изучение транспортной продукции и услуг транспортных предприятий, исследование условий конкуренции и типов рынка, анализ форм и методов реализации транспортной продукции.

Конкурентоспособность – совокупность характеристик транспортной продукции, отличающая ее от транспортной продукции предприятий транспорта – конкурентов. К показателям конкурентоспособности транспортной продукции можно отнести:

- качество транспортной продукции (срок доставки, сохранность грузов, скорость доставки, безопасность, регулярность);
- коммерческие факторы (тариф, реклама, сервисное обслуживание и т. д.);
- престиж железной дороги;
- доля перевозок на транспортном рынке;
- экономические показатели (затраты труда, на обучение, расходы на содержание персонала).

В основе оценки конкурентоспособности железнодорожных перевозок лежит подход, основанный на теории качества товара. Качество транспортного обслуживания оценивается с точки зрения потребительских свойств и неформальных характеристик: согласованность, доступность, регулярность, экологичность и безопасность. Конкурентоспособность оценивается как отдельно на ж/д транспорте, так и в сравнении с другими видами транспорта по соотношению «количество – качество – цена», т. е. как выполненный объем перевозок к затратам потребителя.

Специфика транспортного производства требует особого подхода к кадрам маркетологов на транспорте. Это означает, что маркетологи транспорта должны знать профессионально не только транспорт, концепцию маркетинга, информатику, экономику и финансы, но и условия производства и потребления перевозимой продукции, особенно сферы обращения и хозяйственных связей в стране,

географию, демографию, юриспруденцию, социологию, психологию, а также особенности международных перевозок. Кроме того, необходимы знания и умения в использовании маркетинга при организации диверсификационной и подсобно-вспомогательной деятельности, в области материально-технического снабжения транспортных предприятий.

*Л.В. Русских  
БГЭУ (Минск)*

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА**

Современное состояние лесопромышленного комплекса Республики Беларусь во многом обусловлено лесной политикой, основанной на директивно-централизованных методах управления, когда решения принимались без учета таких рыночных факторов, как спрос и предложение на отдельные виды лесопродукции конечного потребления, увязанные с доходами населения, реальные транспортные расходы на перевозку лесных товаров. Рыночные условия хозяйствования требуют маркетинговых подходов к разработке стратегии развития лесопромышленного комплекса, оптимизации его структуры с учетом требований рационального использования древесных ресурсов и рынка лесных товаров.

Вследствие длительного одностороннего развития отраслей лесной индустрии сложилось неблагоприятное соотношение между добывающими и перерабатывающими отраслями. Разобщенность лесохозяйственного и лесопромышленного производств, несогласованность экономических интересов лесопроизводителей и лесопотребителей во многом обусловлено сметно-бюджетным механизмом ведения лесного хозяйства, длительное время действовавшего в отрасли. Отчуждение лесоводов от конечных результатов труда, отсутствие опосредованных связей между доходами и расходами лесного хозяйства не способствовало формированию оптимальной сортиментной программы лесохозяйственных предприятий, ориентированной на реальные потребности народного хозяйства в древесине и других продуктах леса. Как результат, современное состояние лесного комплекса характеризуется несоответствием организационной структуры его отраслей размерно-качественным характеристикам древесного сырья.

Во внутриотраслевой структуре лесопромышленного комплекса преобладает деревообрабатывающая промышленность (69,5 % общего объема продукции), целлюлозно-бумажная (18,6 %). Доля лесозаготовительной промышленности составляет 10,5 %. В структуре деревообрабатывающей промышленности ключевую роль играет мебельное производство – 62,3 % объема выпуска. Деревообрабатывающая промышленность ориентирована на потребление крупного древесного сырья, в то время как в составе лесосечного фонда преобладает средняя и мелкотоварная древесина. Производственная структура лесопромышленного комплекса республики характеризуется слабым развитием глубокой