

3) увеличения менее дорогих видов топлива, а также местных его видов и отходов производства, нетрадиционных и возобновляемых источников энергии;

4) реализации положений Закона Республики Беларусь "Об энергосбережении";

5) осуществления модернизации и технического перевооружения производств на базе наукоемких, ресурсо-, энергосберегающих и экологически чистых технологий;

6) прекращения необоснованного строительства новых котельных в зоне ТЭЦ, увеличения загрузки действующих теплоисточников.

Л.И. Пецевич
БГЭУ (Минск)

ЭКСПОРТ ФАНЕРЫ НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК

В настоящее время немногие предприятия страны могут рассчитывать на успех при продвижении своей продукции на рынки развитых стран. Это, как правило, предприятия по добыче калийных удобрений, заготовке леса и деревообработке.

Открытое акционерное общество "Мостовдрев" представляет собой многоотраслевое предприятие, основными видами деятельности которого являются лесозаготовки, лесопиление, деревообработка, производство фанеры, ДСП, гнуто-клеёных деталей и мебели.

Предприятие предлагает свой товар одновременно на внутреннем и внешнем рынках. Причем оно имеет довольно неплохой результат сотрудничества на рынках дальнего зарубежья благодаря высокой кооперации производств, позволяющей уменьшить производственные издержки. Кроме того, предприятие обладает выгодным географическим положением для экспорта продукции, что является значительным преимуществом перед конкурентами.

Основной ассортимент продукции, экспортируемой предприятием на рынки дальнего зарубежья, включает фанеру клеёную, мебель, ДСП, латофлекс, пиломатериалы, шпон луценый.

Из всей перечисленной номенклатуры ставка делается на фанеру клеёную, доля которой составляет 58,5 % из совокупности всей экспортируемой продукции. Цены на экспортную фанеру значительно превышают уровень цен внутреннего рынка, что вызывает заинтересованность предприятия в наращивании объема ее экспорта.

Для укрепления своих позиций на развитом рынке предприятию необходимо постоянно повышать качество своей продукции.

В целях повышения экспортных возможностей фанеры клеёной необходимо:

- освоить наиболее экономичный способ гидротермообработки сырья непрерывным методом;
- производить окорку или оцилиндровку кряжей (чураков) до лущения (там, где эта операция отсутствует);
- повысить точность рубки шпона путем установки современного оборудования;
- увеличить объем починки и ребросклеивания шпона;
- организовать участок по ремонту фанеры;
- повысить готовность продукции за счет прирезки деталей в размер, что способствует улучшению сортности при раскрое продукции более низкого сорта;
- обратить внимание на маркетинговые характеристики товара, т.е. его способность отвечать потребностям покупателей. Этого можно добиться путем придания фанере функционального назначения: для строительства (облицованная, огнезащитенная, антисептированная, греющая), для мебели (рельефная поверхность, металлизированная в вакууме на ионоплазменном уровне);
- улучшить товарный вид за счет маркировки продукции с использованием штрих-кодов, позволяющих вести ее автоматизированный учет.

Я.А. Побочина
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГ И СБЫТ В HORECA

С каждым днем появляется все больше новых методов и возможностей стимулирования сбыта. Производители стремятся заполучить максимальное количество потребителей. Их основной целью является желание дать потребителям “дополнительный стимул” к действию.

Потребитель с каждым днем становится более требовательным к выбранному товару или услуге, побуждая этим производителя находить новые тенденции в производстве и заинтересовывать его в покупке.

Для многих компаний HoReCa — уже не просто бессмысленный набор букв. Аббревиатура, расшифровывающаяся как “Hotels, Restaurants, Cafes”, означает быстрорастущий рынок, который становится перспективным каналом сбыта, включающим в себя самые разнообразные точки общественного питания — от ресторанов-отелей “Минск” до кафе “McDonald’s” и студенческой столовой. Но чтобы освоить территорию общепита, компаниям-производителям приходится менять привычную технологию продаж.