

*Прищепя Л. И., Министерство обороны (Минск)*  
**МАРКЕТИНГ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ  
ВООРУЖЕННЫХ СИЛ**

Радикальные изменения военно-политической обстановки и взглядов на подготовку и ведение современной войны и вооруженной борьбы обусловили необходимость дальнейших относительно быстрых и качественных преобразований системы обеспечения национальной безопасности, в том числе и Вооруженных Сил.

В соответствии с изменяющимся характером современной военно-политической обстановки и экономическими возможностями государства в начале 2001 года принято решение о завершении реформирования Вооруженных Сил Республики Беларусь. Завершение реформирования белорусской армии является целесообразным и экономически оправданным. Оно позволяет переключить определенную часть природных, трудовых, материальных, финансовых и других ресурсов из военной в гражданскую область и эффективно их использовать.

Экономическая оценка объемов высвобождаемых материально-технических средств показывает, что они содержат уникальное оборудование, комплектующие изделия, которые после соответствующей утилизации, доработки или вторичной переработки могут быть с высокой эффективностью реализованы для повторного применения в народном хозяйстве республики.

Экономический эффект от реформирования Вооруженных Сил связан не только с прямым сокращением оборонных расходов, но и с непосредственным использованием в национальной экономике высвобождающихся земель, военных городков, различных зданий и сооружений, техники и имущества общего назначения и других средств, относящихся к республиканской собственности.

Для обоснованного решения возникающих задач и с целью получения максимального экономического эффекта отдел маркетинга следует использовать наиболее гибкие рыночные механизмы:

- планирование мероприятий по выработке стратегии реализации недвижимости, техники и имущества, других материальных средств, высвобождающихся в ходе строительства и реформирования Вооруженных Сил;
- создание банка данных объектов недвижимости, техники и имущества, других материальных средств, подлежащих продаже по планам довольствующих управлений и служб военного ведомства;
- исследование и прогнозирование рынка товаров и услуг, спроса и предложения, поведения потребителей, динамики цен с целью лучшего продвижения на рынке различных материальных средств, увеличения их сбыта;
- изучение потребителей, конкурентов, посредников и рыночной конъюнктуры, определение ассортимента материальных средств, пользующихся спросом на внутреннем рынке;
- обоснованное установление и изменение цен с учетом складывающегося спроса на продукцию, овладение опытом ценообразования и увеличение продаж;
- расширение пунктов реализации материальных средств в воинских частях, позволяющих привлечь покупателей, осуществляющих свою деятельность и проживающих вблизи дислокации пунктов реализации;
- организация и проведение открытых аукционных торгов по продаже недвижимости, техники и имущества общего назначения;

– осуществление широкой рекламной деятельности в глобальной компьютерной сети Интернета, через электронные и печатные средства массовой информации, выпуск рекламных проспектов, наружной рекламы;

– анализ результатов маркетинговой деятельности и подготовка предложений по повышению эффективности реализации материальных ресурсов.

*Протасеня С. И., ГрГУ им. Янки Купалы (Гродно)*

## **ИЗУЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА РЫНКЕ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК**

Для исследования процессов формирования рынка грузовых международных автомобильных перевозок и деятельности АТП необходим широкий спектр различной экономической информации. Источниками такой информации могут быть официальные отраслевые и таможенные статистические материалы, публикации в специальной научной литературе, а также данные производственно-хозяйственной деятельности предприятий.

Однако публикуемая статистическая информация дает представление лишь об отдельных количественных параметрах изучаемого рынка (объемы перевозок, количество предприятий).

В качестве дополнительного источника экономической информации о рынке грузовых перевозок целесообразно использовать выборочный опрос работников АТП.

Исследование деятельности АТП в условиях рынка имеет целью одновременно изучить с применением метода экспертного опроса как параметры, характеризующие рынок МАП, так и параметры, характеризующие производственно-хозяйственную деятельность организаций в условиях рынка, и выявить наличие статистических зависимостей между ними. Изучение деятельности АТП в условиях рынка МАП с использованием разработанной методики позволяет:

– оценить состояние конкуренции на рынке международных перевозок грузов, выявить зависимость уровня конкуренции от региона страны, установить группы перевозчиков, конкуренция с которыми более всего ощущается на рынке менеджерами АТП;

– установить степень влияния уровня конкуренции на размер тарифных ставок, складывающихся на рынке, рентабельность перевозок, интенсивность использования подвижного состава;

– выявить факторы, влияющие на уровень тарифных ставок, а также оценить степень их влияния;

– определить факторы, влияющие на интенсивность использования подвижного состава;

– установить факторы и оценить степень их влияния на рентабельность международных перевозок в условиях рынка МАП.

Для эффективного проведения исследования выборочная совокупность АТП по большинству признаков должна достаточно точно характеризовать генеральную совокупность объектов. Тогда выявленные в результате исследования пропорции и закономерности можно будет рассматривать как соответствующие действительности.