

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ НЕФТЕХИМИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

This article considers some direction of restructuring and action on perfection of the enterprises of a petrochemical complex.

Развитие переходной экономики Республики Беларусь в 2001–2004 годах характеризуется медленными темпами роста при ряде усложняющих обстоятельств, таких, как постепенный рост мировых цен на топливо, отставание темпов амортизации от темпов физического и морального износа основных фондов, отсутствие стабильных и значимых внешних инвестиций в народное хозяйство, и по-прежнему высокой долей нерентабельных предприятий, в основном государственной формы собственности, часто являющихся градообразующими в малых и средних городах и обеспечивающих безальтернативной работой многих жителей.

В таких условиях предприятиям многих традиционных отраслей необходимо искать методы адаптации к быстро меняющимся условиям рыночной конъюнктуры, выходить из кризисного положения и стабилизировать свою производственную программу с учетом изменившихся маркетинговых возможностей. Не исключением являются и предприятия «Белнефтехима» Беларуси. Реструктуризация каждого предприятия осуществляется по индивидуальному проекту и предусматривает мероприятия по совершенствованию техники производства, внедрению ресурсосберегающих и импортозамещающих, инновационных и гибких (быстро переналаживаемых) технологий. Для каждого предприятия, в том числе и белорусских предприятий нефтехимического комплекса, важным, наряду с бесперебойными поставками сырья и продукции и безопасностью транспортировки и производства, является снижение издержек и последующее повышение потребительской ценности за счет некоторого снижения цены, а этому во многом способствует импортозамещение. Назовем несколько передовых примеров предприятий Беларуси, которые за счет импортозамещения делают продукцию дешевле и доступнее для потребителей.

Импортозамещение в обеспечении сырьем, основанное на переработке отходов и способствующее охране окружающей среды. Ученые-химики Белорусской национальной академии наук разработали технологию переработки автомобильных покрышек. За внедрение технологии не взялись крупные предприятия. Зато очень эффективно работает действующее в пригороде Минска такое производство частного предпринимателя. Не только почти полностью перерабатываются отходы, но и получается дешевое мазутное топливо. Пробную успешную установку начинают тиражировать и продавать лицензии.

Импортозамещение в обеспечении дефицитными средствами производства, применяемыми в нефтехимической промышленности. В соответствии с республиканской программой импортозамещения Могилевский завод «Строймашина» разработал машины и оборудование и начинает их выпуск для производственных объединений «Беларуськалий» и «Беларусьнефть». В частности, для последнего будут изготавливаться редукторы и сложные запасные части к импортному оборудованию для добычи нефти и установка приводов глубинных насосов, будет создан комплекс технологического оборудования для выпуска рубероида на негниющей основе.

Существующие сейчас белорусские стиральные порошки по качеству уступают продукции ведущих западных ТНК, таких, как «Проктер энд Гэмбел». При внедрении новейших технологий, разрабатываемых учеными кафедры технологии неорганических веществ и общей химической технологии нашего университета, в новое производство завода гор-

ного воска и новое производство сморгонского предприятия «Виксан», стиральные порошки станут менее ядовитыми для окружающей среды, будут иметь вид гранул или быстрорастворимых таблеток, изготавливаться без энергоемкой сушки и за счет снижения инкрустации (образования кристалликов порошка в самой ткани при стирке), делать белье очень чистым и мягким. Это приблизит качество к европейским стандартам, а цены будут ниже их.

Комбинированное и координированное использование различных инструментов маркетинга, получившее название «маркетинг-микс» (смешанный), возникло как своеобразная реакция на распространение в экономике ситуаций ненадежности и риска, когда нельзя предложить однозначный алгоритм единственно верного решения, а результаты деятельности невозможно надежно рассчитать. Комплексно оцениваются: продукт (ассортимент, сервис), цена (продажная цена, условия оплаты, цена потребления), распределение (складирование, поставки, работа с клиентами, каналы сбыта, организация продажи), комплекс коммуникации (реклама).

Приведем пример деятельности республиканского унитарного предприятия «Гродноблнефтепродукт» в условиях дефицита ресурсов и обострения конкуренции. На привлекательный рынок торговли нефтепродуктами в 90-е годы в Гродненскую область пришли предприятия «Лукойл-Гродно», «Агромашсервис», Гродненской сельхозхимии, «Антон», «Юколанефтепродукт», объединения «Беларуснафта». Учитывая это, традиционный субъект отрасли объединение «Белнефтехим» не только направил инвестиции на строительство сети современных новых автозаправочных станций, но и на реконструкцию старых, т. к. технический уровень их всех устарел. Перестроились оперативно, понимая, что частный капитал более мобильный, агрессивный и рискованный. За последние шесть лет количество АЗС у «Гродноблнефтепродукта» выросло более чем вдвое: с 7 до 16. Только за 2002 год на строительство и реконструкцию израсходовано 938 млн. руб капитальных вложений. Введена в эксплуатацию реконструированная АЗС № 8 в Гродно, закончена реконструкция маслораздаточного пункта на территории самой нефтебазы, АЗС № 2 в селе Грандичи, кафе на 12 мест.

Для удобства клиентов, часть из которых параллельно использует как автотопливо нефть и сжиженный газ, «Гродноблнефтепродукт» построило модуль-блочные установки для заправки автомашин газом на АЗС № 6 Гродно, АЗС № 2 в селе Грандичи и АЗС № 14 в селе Большая каплица. Сетку заправок сжиженного газа, как известно, имеет «Белтрансгаз». Однако гродненское объединение «Белнефтехима» учло выгодность газа для клиентов и по ценовому, и по экологическим показателям. Газ более конкурентоспособен. Если в прежние годы такой путь экономии интересовал в основном частных автовладельцев, то в последнее время перевод автомобилей на сжатый газ стал одним из путей повышения рентабельности предприятия.

Все строительные работы выполняются за счет собственных средств «Гродноблнефтепродукта», кредиты берутся неохотно, чтобы не потерялась конкурентоспособность по цене.

В ценовой политике есть одна нерешенная проблема, на которой сказывается фактор внешней среды – административное регулирование. Топливо на гродненских АЗС дешевле, чем на литовских или польских. Все иностранные водители заправляются после пересечения границы у нас за валюту с удовольствием. Но они не могут за валюту (и желательно этот запрет снять) зайти и перекусить в кафе при АЗС около границы, а белорусских денег временно не имеют.

Товарная, ассортиментная политика в сфере автообслуживания тесно связана с уровнем качества труда, обслуживания клиентов, причем как на АЗС, так и в сфере придорожного сервиса. Ведь все мы хотим, чтобы Беларусь была привлекательной страной для

туристов. В коллективе «Гроднооблнефтепродукта» по развитию сервиса разработана программа на ближнюю и более отдаленную перспективу. У белорусов в структуре доходов доля от реализации непосредственно нефтепродуктов составляет 89% а сервисных услуг – всего 11%. В то же время в странах Западной Европы положение иное: доля доходов от продажи топлива составляет 30%, а доля сервиса – 70%. Как видно, резервы по развитию сервиса у нас большие и надо грамотно их использовать. Это уже применяют сотрудники республиканского унитарного предприятия «Гроднооблнефтепродукт»: заправляют нужной маркой топлива и масла, пропускают машины через автоматизированную мойку на станции техобслуживания, пылесосят и чистят салон машины. Существуют возможности восстановления кузова автомашины даже после серьезной аварии с помощью финского авторобота для вытяжки кузова и компьютерной программы и качественной покраски машины с помощью немецкой камеры для покраски.

Культура обслуживания – категория экономическая, т. к. клиент платит за обслуживание собственные деньги. Сейчас посетитель в дополнение к обслуживанию автомашины может перекусить в кафе, купить в магазине сопутствующие товары, некоторые запчасти и... сдать пустые бутылки в регулярно работающий приемный пункт стеклотары. Большинство АЗС «Гроднооблнефтепродукта» выполняют определенную социальную нагрузку, ведь они обслуживают сельское население, делают для последнего доступным рыночную инфраструктуру. В городах на сегодняшний день достаточно автозаправочных станций, их сеть удовлетворяет потребности личных автовладельцев и организаций, мощности АЗС используются в среднем всего на 62%. Для примера, без учета местных дорог в Гродненской области насчитывается 11 тыс. км дорог республиканского и областного подчинения и почти все – в сельской местности. Если исходить из западных стандартов обеспеченности, необходимо около 300 АЗС, чтобы автомобилисты чувствовали себя комфортно. И чтобы иметь возможность оперативно руководить всеми АЗС зоны и одновременно снизить расходы на телефонную связь, используется радиофицированная связь с помощью почти 50-метровой радиовышки.

Наконец, несколько слов о последнем элементе комплекса маркетинга, который активно в рыночных условиях используется коллективом и руководителями «Гроднооблнефтепродукта», о рекламе и продвижении продукции, развитии имиджа предприятия. Жители и гости Гродненской области постоянно встречают различную рекламную информацию о предприятии (газеты, стенды и т. д.). На этом, относительно грязном с точки зрения экологии, предприятии заботятся о поддержании имиджа чистого, красивого и во всех отношениях привлекательного для клиентов. Работают свой кузнец, который делает замысловатые, создающие настроение, кованые ограды, садовод-агроном, который на центральной усадьбе предприятия заложил сад на почти 30 га.

В целом, можно констатировать, что белорусские предприятия, вовремя разрабатывающие и реализующие мероприятия по реструктуризации в сфере производства, финансовой, кадровой, организационной, коммуникационной и иной сферах деятельности, могут добиваться значительных положительных результатов в своей производственно-сбытовой деятельности. У белорусских производителей есть возможность и по качеству обслуживания клиентов, и по ассортименту выпускаемых товаров и оказываемых услуг приближаться к европейскому уровню.

Считаем существенным предложить следующие мероприятия по повышению социальной и экономической эффективности процессов реструктуризации на предприятиях нефтехимического комплекса Республики Беларусь в 2004–2006 годах:

– сформировать поэтапную реализацию государственной финансовой поддержки социально-значимых инвестиционных проектов в сфере ресурсосбережения и импортозамещения. Как показывает опыт последних международных автомобильных выставок, веду-

щие производители сориентированы на создание моделей, оснащенных двумя видами двигателей, один из которых использует небензиновое, альтернативное топливо (солнечная энергия, сжиженный газ, водородное топливо и т. д.). Преимущества импортозамещения активно затрагивают первые два элемента комплекса маркетинга, но особенно цену. Импортозамещение влияет на ценообразование и реализуется через новизну товара, снижение издержек на его изготовление и принятую систему распределения товара конкретным потребителям;

– поэтапно расширять товарную номенклатуру нефтеперерабатывающих предприятий посредством глубокой переработки нефти;

– продолжить льготные условия кредитования бизнес-планов и проектов малого бизнеса по линии Европейского банка реконструкции и развития. Ведь при реализации конечным потребителям продукции предприятий «Белнефтехима» необходимо учитывать мировой опыт, согласно которому в малых городах и сельской местности почти все АЗС за рубежом – это сфера малого бизнеса;

– компенсировать сокращение занятости на крупных предприятиях методом создания новых рабочих мест в сфере малого бизнеса и самозанятости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг/ Пер. с англ. – М. 1990.
2. Нагапетьянц Н.А. Практический маркетинг: Учеб. пос. – М.: ЮНИТИ, 2000.
3. Халамов М. Сначала своим, затем – на экспорт // Республика. 2003, 24 верасня.
4. Патыко Д. Прачкаина работа – дело не последнее // Республика. 2003, 29 ліпеня.
5. Колодко А.С., Михаевич М. На «Гродноблнефтепродукте» встречают новый год с уверенностью // Звезда. 2002, 28 декабря.