

- здания с нулевыми финансовыми затратами на энергию;
- здания с нулевым балансом выбросов в окружающую среду за счет потребления энергии.

Для создания ZEB необходимо:

- определить конкретные и количественно измеримые целевые параметры, характеризующие эффективность мероприятий по энергосбережению во всех проектах строительства;
- стремиться к достижению указанных целевых параметров путем использования соответствующих ограждающих конструкций зданий, обеспечивающих комфорт и различные потребности их обитателей;
- осуществлять количественную оценку и документирование фактических характеристик зданий.

На сегодняшний день в рамках европейского проекта CENSE требования к энергетическим характеристикам зданий определены в ряде стандартов, в том числе в двух основных: EN 15603 «Энергоэффективность зданий. Общее потребление энергии и определение номинальных энергетических характеристик» и EN 15217 «Энергоэффективность зданий. Методы выражения энергетических характеристик зданий и сертификация энергопотребления зданий».

Решение проблемы энергосбережения и повышения энергетической эффективности носит долгосрочный характер. Однако в настоящее время разработаны законодательная и нормативная правовая базы энергоэффективности, подготовлены предложения по формированию целостной системы управления процессом повышения энергетической эффективности российской экономики, обеспечивающей распределение полномочий между федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления, формируется организационная структура управления энергоэффективностью в стране.

Остаются необходимыми и востребованными практические действия по переводу страны на энергосберегающий путь развития на основе современных технологий, нового энергосберегающего оборудования, инновационных проектов. Важным инструментом реализации этих действий должна стать государственная программа энергосбережения и повышения энергетической эффективности.

Список использованных источников

1. Смирнова, О. О. СЖЦЗ как показатель экономической эффективности от строительства «зеленых» зданий / Смирнова О.О., Острякова Ю.Е. / Социально-экономическое и политическое развитие территории: проблемы и решения: сборник статей III Международной научно-практической конференции. Под редакцией А.В. Осташкова, Э.В. Алёхина. Пенза, 2015. С. 131-134.
2. Петрухин, А. Б Основы организации процессов проектирования, строительства и эксплуатации «зеленых» зданий / Петрухин А. Б, Чистякова Ю. А., Острякова Ю. Е., Щербакова Н. А. / Листос, Иваново, 2014. – 214 с.
3. Острякова, Ю. Е. Концептуальные положения управления развитием строительного предприятия / Острякова Ю. Е., Строкин К. Б / Сборник научных трудов вузов России «Проблемы экономики, финансов и управления производством». 2010. № 29. – С. 152 – 157.
4. Макаров, Д. В. Исторические аспекты развития жилищно-коммунального хозяйства в России (XVII–XXI вв.) / Макаров Д. В., Зайцева И. А., Андреева О. Р., Целовальникова Н. В., Острякова Ю. Е. / Листос, Иваново, 2015. – 80 с.

УДК 334.73.1

ПУТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ БЕЛОРУССКИХ АВТОМОБИЛЕПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ПЕРСПЕКТИВНЫХ СЕГМЕНТАХ МИРОВОГО РЫНКА ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Богданов П.В., студ.

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реферат. На основе итогов анализа развития мирового и региональных рынков

автомобильных грузовых перевозок определены его перспективные в экономическом отношении географические регионы, установлены ведущие конкуренты и сформулированы основные направления усилий по возвращению утраченных и усилению занятых конкурентных позиций белорусскими автомобилестроителями.

Ключевые слова: рынок автоперевозок, конкуренция, азиатский и южноамериканский регионы, стратегическое маркетинговое планирование, перспективный рынок, рекламная компания, стратегический альянс.

На сегодняшний момент автомобильный вид транспорта является наиболее массовым, что объясняется такими его важными характеристиками как высокая скорость перевозок и маневренность. Рынок автоперевозок в большой степени зависит от их объема, а также от структуры национальной экономики и количества инфраструктурных и строительных проектов в которых требуется активное применение грузовых транспортных средств.

За последние годы среди стран-производителей грузовых автомобилей четко выделились два лидера – США и Китай. За период с 2010 по 2013 гг. автомобилестроителями этих двух стран было произведено около половины мирового выпуска грузовых автомобилей [1]. Причем в 2013 г. пятая часть произведенных грузовых машин приходилась только на одну американскую компанию Caterpillar. В европейском союзе наиболее крупными производителями являются концерны Daimler, Volvo и VW Group. В настоящее время отмечается увеличение спроса на китайские автомобили и снижение его на автомобили, произведенные в США. В немалой степени это объясняется тем, что, несмотря на то, что китайские грузовики уступают по качеству и технологиям своим западным конкурентам, в Китае ежегодно ужесточаются нормативные акты по качеству производства, экологичности и безопасности грузовых автомобилей.

За указанный выше период объемы мирового производства грузовых машин существенно выросли: с 19 млн в 2010 г. до 21,5 млн единиц в 2013 г. [1]. По оценкам аналитиков Intesco Research Group, данный рост стал возможным в первую очередь из-за сокращения в эти годы грузоперевозок железнодорожным транспортом [1].

В целом по регионам мира наиболее выгодными рынками для продажи грузовых машин традиционно являются страны Европы и США. Но в связи с развитой промышленностью и уже имеющейся жесткой конкуренцией, новым производителям попасть на данные рынки очень сложно. В то же время эксперты отмечают заметный рост спроса на данный тип автомобилей в динамично развивающихся азиатском и южноамериканском регионах, в которых по различным программам в настоящее время выполняется большое количество строительных проектов, что стимулирует потребность в автомобильных грузоперевозках. Наиболее интересными направлениями развития считаются рынки Китая, Бразилии, Индии и Индонезии.

Представляет огромный интерес и российский рынок, на котором потребность в большегрузных автомобилях за последний период возрастала в связи с реализацией крупных государственных проектов, таких как: строительство нового космодрома «Восточный», прокладка новых газотранспортных путей в Китай и на Дальнем Востоке, а также осуществление других государственных и коммерческих проектов. В свете последних событий можно предполагать, что на территории России потребность в грузовых автомобилях будет только возрастать. Основанием для таких предположений является, например, тот факт, что в 2010 г. импорт грузовых автомобилей в Россию составлял 59 тыс. шт., в 2011 г. он возрос до 109 тыс. шт., а в 2012 г. увеличился уже до 121 тыс. шт. Рост спроса в России на зарубежные грузовые автотранспортные средства в этот период объясняется реализацией государственной программы по строительству олимпийских объектов в Сочи. Снижение импорта до 89,1 тыс. шт. в 2013 г. [2, стр. 616] связано в первую очередь с завершением строительства этих объектов.

Белорусским автомобилестроителям при разработке своего стратегического маркетингового планирования следует учитывать и тот факт, что Россия продолжает оставаться одним из крупнейших региональных производителей грузовых автомобилей. Главными национальными предприятиями в этой отрасли являются ОАО «КамАЗ», ОАО «Автозавод «УРАЛ», ОАО «ГАЗ». За период с 2010 по 2012 гг., объем российского производства грузовых автомобилей возрос со 155 тыс. до 212 тыс. машин, однако в 2013 г. он несколько сократился (до 207 тыс. автомобилей) [2, стр. 367]. ОАО «КамАЗ» по-прежнему остается главным поставщиком грузовых автомобилей для российской армии, что существенно отражается на объемах производства грузовиков данного предприятия.

Как отмечалось выше, на данный момент к наиболее перспективным, быстрорастущим рынкам можно отнести рынки Китая, Индии и стран Южной Америки. Динамичный рост экономик этих стран стал причиной все большей востребованности транспортных средств

для перевозки грузов, как внутри государств, так и в интересах различных внешних партнеров. В Китае более 70 % грузов перевозится по суше крупнотоннажными машинами и в ближайшие годы ожидается рост объема грузоперевозок в связи совершенствованием транспортной инфраструктуры, выполнением государственных и частных коммерческих программ. При прогнозировании развития ситуации на китайском рынке белорусским производителям грузовых автомобилей следует помнить, что эта страна к настоящему времени, как уже отмечалось выше, стала крупным производителем грузовых автомобилей: за 2014 г. в ней было произведено свыше 770 тыс. машин.

Самыми известными отечественными производителями грузовых автомобилей продолжают оставаться ОАО «МАЗ» и ОАО «МЗКТ». Однако их ежегодные показатели объемов производства за последний период являются неутешительными. В 2011 г. их общий объем продаж составил 21,8 тыс. шт., в 2012 г. продажи возросли до 24,6 тыс. шт., но за 2013 и 2014 гг. они сократились до 18 тыс. и 12 тыс. шт. соответственно [3, стр. 304]. Главными экспортными направлениями для этих предприятий традиционно является рынок СНГ, но объемы поставок грузового автотранспорта на данный рынок также снижались вслед за снижением объемов производства. Большая часть продаж традиционно приходится на рынок России, где было продано: в 2011 г. – 9.009 шт., в 2012 г. – 12.560 шт., в 2013 г. – 8.605 шт., а в 2014 г. – 6.222 шт. [3, стр. 484]. Такая динамика продаж в первую очередь объясняется тем, что в 2012 г. Россия вступила в ВТО и белорусским производителям на своем традиционном рынке пришлось столкнуться с новыми конкурентами, вследствие чего доля ОАО «МАЗ» и ОАО «МЗКТ» в 2014 г. в сравнении с 2012 г. на нем сократилась почти в два раза.

Что касается конкретно ОАО «МАЗ», то в настоящее время у него пока полностью отсутствуют продажи в Китае, Индии, Индонезии и в экономически привлекательных странах Южной Америки. Компании следует немедленно включиться в борьбу за данные рынки так как они являются наиболее перспективными и емкими. В Южной Америке нужно воспользоваться уже открытым в 2008 г. производством грузовых автомобилей в Венесуэле. Для этого следует провести рекламные кампании для повышения престижа и узнаваемости белорусской марки.

По нашему мнению целесообразно попытаться создать стратегический альянс с одним из китайских производителей (например, с компанией Foton Lovol Heavy Industry) с целью совместного производства грузовых автомобилей. Данное предложение может быть выгодно обеим сторонам в связи с тем, что ОАО «МАЗ» получит возможность торговать на обширном рынке КНР, а компании Китая смогут позаимствовать белорусские технологии.

Опираясь на выше сказанное, можно сделать вывод, что отечественным автомобилепроизводителям необходимо активизировать усилия по развитию рыночных позиций на перспективных сегментах мирового рынка грузовых автомобилей используя различные формы международной кооперации, в том числе и предполагающие создание или вступление в стратегические альянсы.

Список использованных источников

1. Рынок грузового транспорта: комплексный анализ и прогноз до 2016 года. – Москва: Intesco Research Group, 2014. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/research/562949991653290.shtml>. – Дата доступа: 03.02.2016 г.
2. Российский статистический ежегодник. 2014 – Москва: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2014 – 693 с.
3. Республика Беларусь. Статистический ежегодник 2015 – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2015. – 524.

УДК 334.73.1

О НЕОБХОДИМОСТИ РАЗВИТИЯ ОПЫТА ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТА СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ БЕЛОРУССКИМИ МАШИНОСТРОИТЕЛЯМИ

Ломако Ю.А., студ.

*Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрены существующие итоги участия белорусских