

инжиниринга из Германии – Клаус Шаллер, который является владельцем компании «KlausSchaller C&T GmbH», а также В.И. Ковалев – председатель Германо-российского интер-регионального консорциума, представитель Фонда Бортника и АИРР в Германии и руководитель компании «Ковалев Консалтинг», которые посетили ряд производственных предприятий МСП Белгородской области и поделились опытом Германии в развитии предприятий малого и среднего бизнеса [3].

В ходе проведения совещания были затронуты и обсуждены направления российско-германского сотрудничества, установление партнерских связей производственных предприятий Белгородской области с Европейскими инженеринговыми центрами, а также обсудили перспективы экспорта продукции производства предприятий в страны Европы.

Это одни из первых шагов работы Регионального центра инженеринга, который в ближайшем будущем будет расширять спектр своей деятельности. Открытие такого центра в Белгородской области показывает готовность работать с предпринимателями малого и среднего бизнеса, что в дальнейшем будет способствовать привлечению инвестиций в регион.

Литература:

1. Официальный сайт губернатора Белгородской области Е.С. Савченко [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://savchenko.ru> – Дата доступа: 05.05.2014.

2. Департамент Экономического развития Белгородской области [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://old.belregion.ru/department/part20/>. – Дата доступа: 05.05.2014.

3. Белгородские известия [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://belwesti.ru>. – Дата доступа: 05.05.2014.

*А.В. Лазарук*

*Академия управления при Президенте Республики Беларусь  
(Республика Беларусь, Минск)*

## **ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАШИНОСТРОЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Экономическая эффективность развития внешнеэкономических связей для любой страны основывается на том, что внутренние затраты на производство экспортных товаров, как правило, ниже внутренних затрат на возможное собственное производство товаров, которые

данная страна имеет возможность закупить на вырученную от экспорта валюту. Такое соотношение затрат определяется различием структуры производства и уровнем затрат в отдельных странах.

Несмотря на процессы глобализации мировой экономики, конъюнктура мирового рынка тракторной техники характеризовалась значительным снижением продаж, что было продиктовано рядом объективных причин, к числу которых зарубежные эксперты относят:

- кризис перепроизводства в сельском хозяйстве большинства развитых стран;

- глобализация мировой экономики и, как следствие, появление транснациональных компаний, ограничивающих реальную власть национальных правительств;

- социальная напряженность в мире, вызванная последствиями террористических актов;

- ослабление курсов национальных валют в странах ЮВА и африканского континента и, как следствие, падение привлекательности для сельского хозяйства этих стран импортной техники, в том числе и тракторов;

- нестабильная политическая ситуация в странах Латинской Америки, военные действия в странах ближневосточного региона;

- вступление ряда стран в члены ЕС и ВТО.

Для РУП «МТЗ» негативными дополнительными обстоятельствами являются протекционизм своих продуцентов сельхозтехники в отдельных странах за счет установления высоких пошлин на импортные тракторы, повышение экологических требований.

Для сглаживания этих всех отрицательных факторов на РУП «МТЗ» должна быть разработана такая стратегия развития предприятия, которая бы позволила удержать преимущество в конкурентной борьбе.

Стратегия развития РУП «МТЗ» заключается в создании конкурентоспособного первоклассного предприятия, выпускающего комплекс машин под определенные технологии (сельскохозяйственные, лесохозяйственные и другие), дающие возможность потребителю с максимальной эффективностью, в сжатые сроки с минимальными затратами выполнять свою работу.

Основные направления внешнеэкономической стратегии РУП «МТЗ»:

- 1) сохранение лидирующих позиций на мировом рынке сельскохозяйственных тракторов за счет:

- наращивания продаж тракторов «Беларус» на освоенных рынках;

- активного внедрения на новые рынки;
  - развития сборочных производств;
- 2) повышение степени удовлетворенности потребителей за счет:
- непрерывного повышения качества продукции;
  - учета всех требований и пожеланий потребителей по комплектации тракторов («работа под заказ»);
  - развития сети сервисного обслуживания и повышения эффективности ее функционирования;
  - обеспечения постоянной обратной связи «потребитель → производитель»;
- 3) обеспечение долгосрочного успеха и стабильности предприятия за счет:
- постоянного исследования рынков и факторов, влияющих на их изменение;
  - оперативного внесения изменений в маркетинговую стратегию предприятия;
  - поддержания на высоком уровне имиджа предприятия и марки «Беларус»;
  - достижения передового уровня квалификации персонала, ответственного за сбыт и обслуживание продукции.

Таким образом, основной целью внешнеэкономической деятельности на ближайший период должно быть сохранение традиционных устоявшихся связей с потребителями своей продукции, восстановление потерянных по разным причинам связей и поиск новых потребителей при одновременном повышении качества товаров, их свойств, расширения сервисных услуг.

***О.Р. Левшицкая***

*УО «Витебский государственный технологический университет»  
(Республика Беларусь, Витебск)*

## **ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИЙ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ОБУВИ**

Развитие экспортных возможностей белорусских организаций в современных условиях хозяйствования является одним из приоритетных направлений их деятельности, поскольку именно производство высококонкурентной продукции и ее реализация на экспорт позволяют оте-