

тельности: консультативными, оценочными, ведением учета. Ввести норму в обязательном порядке публиковать в периодической печати краткую информацию по каждой фирме: наименование аудиторской фирмы, выдавшей заключение, фамилию присяжного ревизора и вид заключения. Ограничить пятью годами срок работы ревизоров со всеми аудируемыми компаниями. Реализация предложенных мер позволит снизить влияние проблемы финансовой зависимости, а результаты аудита с большей надежностью можно использовать при принятии решений по инвестиционным проектам.

*Вечер А.В., Дронин А.М.
УО «БГЭУ» (Минск)*

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖ ПАССАЖИРСКОЙ ТЕХНИКИ РУП «МАЗ»

На основных рынках сбыта пассажирской техники МАЗ сложилась ситуация, предполагающая дальнейший рост спроса, что обусловлено следующими факторами:

- старение парка пассажирской техники и необходимость его обновления;
- принятие ряда государственных программ обновления пассажирской техники в

Беларуси и России;

- рост окупаемости пассажирских перевозок;
- рост доли частного капитала в отрасли;
- тенденция к консолидации перевозчиков.

Реализацию возрастающего объема техники РУП «МАЗ» обеспечивают следующие факторы:

- развитие сбытовой и сервисной сети;
- рост доверия к торговой марке МАЗ;
- расширение и совершенствование модельного ряда МАЗ.

При разработке стратегий развития следует учитывать основные тенденции на рынке пассажирской техники:

- рост спроса на машины большой и особо большой вместимости;
- динамичное развитие рынка машин малого и среднего класса;
- принятие мер ограничительного характера на использование автобусов особо малого класса;
- рост требований к конструкции автобуса с приоритетом автобусам низкочелюстной конструкции;
- внедрение экологических стандартов Евро-2 и Евро-3 на основных рынках сбыта (Россия, страны Восточной Европы);
- внедрение в странах Евросоюза экологических стандартов Евро-4.

На фоне общего роста спроса на автобусы наличие конкурентов не является существенной угрозой планам продаж пассажирской техники РУП «МАЗ» большого и особо большого класса, но существенно снижает темпы роста реализации машин среднего класса ввиду достаточно низкого уровня цен в классе и наличия большого количества товаров-заменителей.

Основными факторами, позволяющими РУП «МАЗ» выдерживать конкуренцию, являются позиционирование пассажирской техники МАЗ как более качественного по сравнению с более дешевыми аналогами продукта, наличие широкого модельного ряда, способного более полно учитывать запросы потребителей, постоянное совершенствование гарантийного и сервисного обслуживания поставляемой техники.