

доступа: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/ObsugdaemNPA/Kontseptsija-na-sajt.pdf>. — Дата доступа: 05.02.2019.

2. Стратегия развития экономики Беларуси: вызовы, инструменты реализации и перспективы : материалы междунар. науч.-практ. конф. (20–21 сент. 2018 г., Минск) : в 2 т. — Минск : Право и экономика, 2018. — Т. 2. — 416 с.

3. Доклад «О макроэкономической ситуации в государствах — членах Евразийского экономического союза и предложениях по обеспечению устойчивого экономического развития» [Электронный ресурс] // ЕЭК. — Режим доступа: [https://docs.eaeunion.org/pd/ru-ru/0113362/pd\\_12122018\\_att.pdf](https://docs.eaeunion.org/pd/ru-ru/0113362/pd_12122018_att.pdf). — Дата доступа: 05.02.2019.

4. Статистика внешнеэкономической деятельности. Внешняя торговля [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/statistika-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti/vneshnyaya-torgovlya-tovarami/operativnyye-dannye>. — Дата доступа: 05.02.2019.

5. *Медведев, В. Ф.* Основные приоритеты, цели и задачи Национальной программы развития экспорта Республики Беларусь на 2020–2025 гг. / В. Ф. Медведев, В. В. Почечкина, Т. А. Ткалич. — Минск : Ин-т экономики НАН Беларуси, 2019.

*Medvedev, V. F.* The main priorities, goals and objectives of the National Export Development Program of Republic Belarus for 2020–2025 / V. F. Medvedev, V. V. Pochekina, T. A. Tklich. — Minsk : Inst. of Economy of the NAS of Belarus, 2019.

*Статья поступила в редакцию 10.11.2019 г.*

УДК 339.5 (476+510)

**I. Urish**  
**Yu. Shavruk**  
BSEU (Minsk)

## DIRECTIONS AND TOOLS FOR PROMOTING EXPORT OF ENGINEERING PRODUCTS JSC «MAZ»

*The article investigates the commodity and regional structure of exports of MAZ products, reviews and identifies the prospects of the foreign market, identifies areas and tools to enhance the export of mechanical engineering products of MAZ.*

**Keywords:** JSC «MAZ»; export regions; export nomenclature; export activation; promising markets.

**И. В. Уриш**  
кандидат экономических наук, доцент  
**Ю. А. Шаврук**  
кандидат экономических наук, доцент  
БГЭУ (Минск)

## НАПРАВЛЕНИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ АКТИВИЗАЦИИ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ ОАО «МАЗ»

*В статье исследована товарная и региональная структура экспорта продукции ОАО «МАЗ», проведен обзор и выявлены перспективы внешнего рынка, определены направления и инструменты активизации экспорта продукции машиностроения ОАО «МАЗ».*

**Ключевые слова:** ОАО «МАЗ»; регионы экспорта; номенклатура экспорта; активизация экспорта; перспективные рынки сбыта.

Интеграция в мировую экономику для Республики Беларусь является важнейшим звеном в успешной трансформации. Процесс включения экономики страны в систему мирохозяйственных связей обуславливает необходимость дальнейшего развития внешнеэкономических связей, одной из приоритетных задач которых является создание экспортно-ориентированных производств. Значимость экспорта в свою очередь определяется возможностью обеспечения роста позитивной динамики и сбалансированности внешней торговли, которая является ключевым фактором стабилизации и развития национальной экономики на современном этапе. Кроме того, экспорт является источником поступления иностранной валюты, инструментом расширения рынка и способом получения доступа к современным технологиям из других стран. В то же время реализация продукции на экспорт означает участие в жесткой конкурентной борьбе, которая открывает возможность повышения эффективной деятельности предприятия.

Открытое акционерное общество Минский автомобильный завод (ОАО «МАЗ») является управляющей компанией холдинга «БЕЛАВТОМАЗ» [1] и крупнейшим предприятием Республики Беларусь по выпуску большегрузной автомобильной, а также автобусной, троллейбусной и прицепной техники. Номенклатурный ряд автотехники составляет более 500 моделей и модификаций, в том числе: магистральные автопоезда для международных и междугородних перевозок; самосвалы и самосвальные автопоезда; лесовозы и сортиментовозы; среднетоннажные автомобили, предназначенные для региональных, городских, пригородных перевозок; прицепы и полуприцепы для перевозки любых грузов; автобусы для эксплуатации в городских условиях и на международных, междугородних маршрутах; шасси под установку любого оборудования (краны, бетоносмесители, топливозаправщики и др.) и пр.

Продукция Минского автомобильного завода соответствует экологическим стандартам Евро 3, Евро 4, Евро 5, Евро 6. На основную выпускаемую продукцию имеются сертификаты соответствия, что говорит о ее достаточно высоком техническом уровне и качестве [2].

Структура выпускаемой ОАО «МАЗ» автомобильной техники в большей степени соответствует структуре производства ведущих автомобилестроительных фирм Европы (МАН, «Ивеко», «Мерседес», «Рено» и др.). По основным технико-эксплуатационным показателям и параметрам, таким как грузоподъемность, снаряженная масса, мощность двигателей, безопасность, размерные и весовые параметры, уровень комфортности, автомобили соответствуют зарубежным аналогами и отличаются от них лучшими показателями в эксплуатации и более низким уровнем цен.

ОАО «МАЗ» является экспортно-ориентированным предприятием и сотрудничает с группами стран самых разных регионов. Реализация продукции осуществляется двумя методами — под заказ и на свободный рынок. Основной формой сбыта продукции является дилерская сеть.

ОАО «МАЗ» имеет официальных дилеров в Беларуси, России, Украине, а также в странах Европы (Латвия, Литва, Эстония, Польша, Болгария, Румыния), СНГ и Центральной Азии (Молдова, Казахстан, Азербайджан, Узбекистан, Кыргызстан, Туркменистан, Грузия, Армения, Монголия), Ближнего Востока (Сирия, Иран, Кувейт, Турция), Африки (Египет, Габон, Камерун, Мозамбик), Латинской Америки (Венесуэла, Куба), Юго-Восточной Азии (Лаос, Вьетнам).

Продукция Минского автомобильного завода реализуется более чем в 50 странах мира. Основными рынками сбыта продукции предприятия являются Российская Федерация, Украина [3], а также страны Европы и Центральной Азии; Латинской Америки и Африки; Юго-Восточной Азии; Арабского региона [4].

Для каждого региона представлены конкретные модели и дополнительные опции [5].

Ранжирование регионов по убыванию в зависимости от объемов сбыта продукции ОАО «МАЗ» представлено на рис. 1.

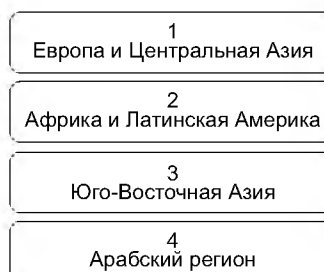


Рис. 1. Регионы экспорта продукция ОАО «МАЗ» по объемам потребления

Источники: разработано авторами.

Следует отметить, что ассортимент реализуемой на внешний рынок продукции ОАО «МАЗ» включает грузовую технику; прицепную технику: прицепы и полуприцепы; пассажирскую технику; спецтехнику на базе «МАЗ».

Грузовая техника «МАЗ» включает более 250 модификаций автомобилей, в том числе седельные тягачи, бортовые, среднетоннажные низкорамные автомобили, самосвалы, лесовозы, сортиментовозы, автомобили повышенной проходимости, автомобили-шасси под комплектацию спецоборудования и установок.

Колесные формулы грузовых автомобилей представлены в следующих разновидностях: 4х2, 4х4, 6х4, 6х6, 8х4. На заводе выпускаются автомобили экологического стандарта Евро-2, Евро-3, Евро-4, Евро-5. В 2018 г. были выпущены первые модели, соответствующие экологическому уровню Евро-6 [6].

Пассажирская техника включает городские, пригородные и междугородные, туристические, а также специальные автобусы.

Спецтехника представлена автокранами, автовышками, коммунальной техникой, изотермами.

Ранжирование ассортимента экспортируемой продукции ОАО «МАЗ» в зависимости от величины объемов ее реализации отражено на рис. 2.

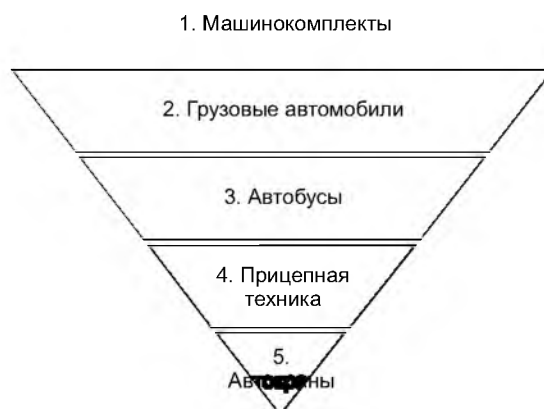


Рис. 2. Номенклатура экспорта продукция ОАО «МАЗ» по объемам потребления

Источники: разработано авторами.

На основании представленного рисунка можно утверждать, что наибольший удельный вес в общем объеме экспорта продукции ОАО «МАЗ» занимают машинокомплекты. Удельный вес грузовых автомобилей, автобусов, прицепной техники и автокранов в общем объеме экспорта имеет более низкий показатель.

Как было отмечено выше, экспортная деятельность ОАО «МАЗ» по географическому положению включает такие основные сегменты, как страны Латинской Америки и Африки, Центральной Азии, Арабского региона.

В данном контексте следует отметить, что Латинская Америка в настоящее время является динамично развивающимся регионом [7]. Здесь требуется техника, удовлетворяющая таким критериям, как надежность, простота в эксплуатации, приемлемая цена. В целом, продукция ОАО «МАЗ» удовлетворяет этим критериям. Единственной реальной проблемой является доставка, которая значительно увеличивает стоимость продукции исследуемого предприятия. Основными регионами сбыта для ОАО «МАЗ» остаются Куба и Венесуэла. Конкурентами автотехники «МАЗ» на рынке Кубы являются автомобили марки «КамАЗ» и «Хюндай». Но преимуществами ОАО «МАЗ» перед конкурентами являются цена в отношении автотехники «Хюндай» и качество — в отношении автотехники «КамАЗ». Таким образом, регион Латинской Америки является на настоящий момент перспективным для ОАО «МАЗ».

Регион Африки является достаточно перспективными для расширения экспортных поставок, а также организации сервисного обслуживания автотехники производства ОАО «МАЗ». В настоящее время продукция данного завода экспортируется в Алжир, Египет, Анголу, Ливию, Конго, Гвинею, Гану, Судан. Основными конкурентами являются компании HINO, FAW, Star Alliance, Steir, Dong Fang и другие, а также поставщики подержанных европейских грузовых автомобилей.

В указанных странах в настоящее время отмечается подъем экономического развития, в частности реализуются программы по развитию инфраструктуры, строительства дорог, программ по нефтедобыче.

В Египте имеется сборочное производство автотехники «МАЗ» на заводе SAKR FACTORY, Каир. Резервы этого рынка большие, так как в своем классе автотехника «МАЗ» дешевле конкурентов, а это является основным критерием при покупке автомобиля в Африке.

Рынок стран Арабского региона представлен такими странами, как Сирия, Ирак, Саудовская Аравия, Бахрейн, Кувейт, Иордания, Йемен, Арабские Эмираты. Следует отметить, что Ближний Восток является весьма перспективным рынком для ОАО «МАЗ». В настоящее время создана дилерская сеть, организовано гарантийное и послегарантийное сервисное обслуживание автомобилей «МАЗ», открыта и функционирует станция технического обслуживания. Конкурентами ОАО «МАЗ» в данном регионе являются такие марки, как Mercedes, Scania, Volvo, MAN.

Рынок Центральной Азии коммерческого транспорта динамично развивается. На нем представлены такие европейские автопроизводители, как Renault, Volvo, Scania, Mercedes, M.A.N., Iveco, DAF, Ford. ОАО «МАЗ» выступает активным участником на этом рынке, особенно в сегменте автотехники большой грузоподъемности, а также полуприцепов.

Обзор внешнего рынка позволил сделать вывод о том, что продукция ОАО «МАЗ» занимает определенную нишу, является востребованной и имеет определенные предпосылки к наращиванию объемов сбыта.

В целях активизации экспорта продукции ОАО «МАЗ» целесообразным, на наш взгляд, представляется реализация следующих мероприятий:

1. Создание сборочного производства за рубежом.

С нашей точки зрения, определенный результат будет иметь создание сборочного производства пассажирской техники ОАО «МАЗ» в Венгрии. Это позволит снизить стоимость полнособранный автобуса, предлагаемого конечному покупателю, за счет:

- применения более низкой ставки ввозной таможенной пошлины, взимаемой при импорте машинокомплекта. При ввозе полносборного автобуса в страны ЕС применяется ввозная таможенная пошлина в большем размере, чем при ввозе машинокомплекта автобуса (кузова, включая кабины, для моторных транспортных средств);

- использования материалов и комплектующих ведущих европейских производителей, что позволит повысить качество изготавливаемой техники без увеличения стоимости;

- собранные автобусы в рамках совместного производства можно будет беспошлинно экспортировать в другие страны ЕС (в случае получения статуса товара происхождения ЕС).

2. Организация сервиса в регионах поставки техники.

В настоящее время сервисные центры ОАО «МАЗ» помимо Республики Беларусь функционируют в Российской Федерации и Украине, а также в Литве, Латвии, Эстонии, Болгарии, Румынии, Чехии, Сербии, Польше, Германии, Казахстане, Азербайджане, Узбекистане, Таджикистане, Туркменистане, Кыргызстане, Армении, Сирии.

Целесообразным, на наш взгляд, представляется организация сервисного обслуживания техники в тех странах (помимо существующих), куда осуществляется значительное количество продаж техники: страны Африки и Южной Америки.

Система сервиса будет гарантировать каждому потребителю необходимый комплекс услуг при приобретении автомобильной техники ОАО «МАЗ».

3. Расширение номенклатуры продукции ОАО «МАЗ», отвечающей международным стандартам, и усовершенствование выпускаемых моделей за счет их модернизации.

Расширение номенклатуры продукции ОАО «МАЗ» представляется, на наш взгляд, следующим образом:

- развитие выпуска автотехники, отвечающей экологическим стандартам Евро-6;
- дальнейшая адаптация двигателей, работающих на природном газе. На сегодняшний день природный газ является единственной доступной альтернативой бензину и дизельному топливу.

Усовершенствование выпускаемых моделей продукции ОАО «МАЗ» предполагает улучшение их потребительских качеств, например:

- изменить цветовую гамму автобусов, проведя маркетинговые исследования на рынках тех стран, куда планируются большие поставки пассажирской техники, с целью выявления потребительских предпочтений;

- усовершенствовать системы входа в автобус и соответственно оплаты проезда путем установки в автобусах специальных минитурникетов. Такая система удобна тем, что исключает возможность безбилетного проезда пассажирами; избавляет от массового вхождения в автобус; исключает необходимость продажи билетов водителем за рулем, что в свою очередь обеспечит безопасность движения;

- оснастить автобусы дисплеями, на которых показывался бы маршрут движения с указанием остановок.

Таким образом, реализация предлагаемых нами мероприятий будет способствовать диверсификации производимой и экспортно-ориентированной продукции ОАО «МАЗ», как следствие, повышению спроса и динамичному наращиванию объемов экспорта и в целом поступательной интеграции в международный рынок машиностроения.

## Источники

1. Политика в области качества ОАО «МАЗ» — управляющая компания холдинга «БЕЛЛАВТО-МАЗ» [Электронный ресурс] // МАЗ. — Режим доступа: [http://maz.by/ru/about/quality\\_system/politika\\_quality\\_maz/](http://maz.by/ru/about/quality_system/politika_quality_maz/). — Дата доступа: 06.12.2019.

2. Машиностроение [Электронный ресурс] // ЮНИТЕР. — Режим доступа: <https://uniter.by/upload/Machinebuilding.pdf>. — Дата доступа: 06.12.2019.

3. Экспорт белорусских грузовых автомобилей превысил 500 млн долларов [Электронный ресурс] // Белорусы и рынок. — Режим доступа: <http://www.belmarket.by/eksport-belorusskih-gruzovyh-avtomobiley-prevysil-500-mln-dollarov>. — Дата доступа: 06.12.2019.

4. Экспорт — приоритетная задача [Электронный ресурс] // МАЗ. — Режим доступа: <http://maz.by/ru/news/general/2011/8/b387891e862de4bb>. — Дата доступа: 06.12.2019.

5. МАЗ расширяет географию экспорта техники [Электронный ресурс] // Белтелерадиокомпания. — Режим доступа: [https://www.tvr.by/news/ekonomika/maz\\_rasshiryaet\\_geografiyu\\_eksporta\\_tekhniki](https://www.tvr.by/news/ekonomika/maz_rasshiryaet_geografiyu_eksporta_tekhniki). — Дата доступа: 06.12.2019.

6. МАЗ выпустил первый серийный грузовик класса ЕВРО-6 [Электронный ресурс] // МАЗ. — Режим доступа: <http://maz.by/ru/news/general/2018/5/maz-vypustil-pervuj-serijnuj-gruzovik-klassa-euro-6>. — Дата доступа: 06.12.2019.

7. Уриш, И. В. Оценка состояния и изменение направлений развития внешней торговли товарами Республики Беларусь / И. В. Уриш, С. В. Стасюкевич, О. Ю. Остальцева // Науч. тр. / Белорус. гос. экон. ун-т. — Минск, 2019. — Вып. 12. — С. 423–430.

*Urish, I. V.* Assessment of the state and change of directions of development of foreign trade in goods of the Republic of Belarus / I. V. Urish, S. V. Stasyukevich, O. Yu. Ostaltseva // Sci. works / Belarus State Econ. Univ. — Minsk, 2019. — Iss. 12. — P. 423–430.

*Статья поступила в редакцию 12.12.2019 г.*

УДК 338.23:330.34

**A. Filipsou**  
BSEU (Minsk)

## THE TOTAL FACTOR PRODUCTIVITY AND COMPETITIVENESS OF THE AGRICULTURE

*The article explores aggregate factor productivity as the basis of industry competitiveness. The author's competitiveness index is presented. The results of calculations of the aggregate factor productivity and competitiveness index are presented on the example of agriculture of the Republic of Belarus.*

**Keywords:** total factor productivity; competitiveness; competitiveness index; industry; agriculture; Republic of Belarus.

**A. M. Филиппов**  
доктор экономических наук, доцент  
БГЭУ (Минск)

## СОВОКУПНАЯ ФАКТОРНАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

*В статье исследуется совокупная факторная производительность как основа конкурентоспособности отрасли. Приводится авторский индекс конкурентоспособности. Излагаются результаты расчетов совокупной факторной производительности и индекса конкурентоспособности на примере сельского хозяйства Республики Беларусь.*

**Ключевые слова:** совокупная факторная производительность; конкурентоспособность; индекс конкурентоспособности; отрасль; сельское хозяйство; Республика Беларусь.

**Введение.** Конкурентоспособность является важнейшей характеристикой успешности субъектов рыночной экономики. В связи с этим исследование факторов, формирующих конкурентоспособность, и возможностей ее повышения актуально. Кроме того,