

## ЭКСПОРТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ – ОСНОВА РОСТА ОБЪЕМА ПРОДАЖ БЕЛОРУССКОЙ СЕЛЬХОЗТЕХНИКИ

Н.Н. Чмыр

*Полесский государственный университет, [nikola7@mail.ru](mailto:nikola7@mail.ru)*

Накануне 2012 года некоторые эксперты высказывали предположения о возможном снижении конкурентоспособности сельхозтехники белорусского производства. В первую очередь, в России – основном рынке сбыта тракторов, комбайнов и другой сельхозтехники отечественного производства. Специалисты связывали это со вступлением в силу Соглашения о единых правилах предоставления промышленных субсидий и Соглашения о единых правилах государственной поддержки сельского хозяйства в рамках Единого экономического пространства Беларуси, России и Казахстана, а также с присоединением России к ВТО.

В целях достижения стабильного объема продаж в планах ПО «Гомсельмаш» на 2012 год предусмотрено наращивание экспортной составляющей. С учетом значительного уменьшения импортных пошлин на поставляемую в Россию сельхозтехнику, машины и оборудование из третьих стран можно ожидать усиления конкуренции со стороны иностранных производителей на этом рынке. Однако на позициях ПО «Гомсельмаш» это отразится не существенно. Зерноуборочная техника белорусского производства относится к другому рыночному сегменту. Она предназначена для других потребителей по ценовому фактору, качественным характеристикам и уровню сервисного обслуживания. В частности, на этих трех китах и держится вся конкурентоспособность зерноуборочных комбайнов. Большинство российских потребителей обращают внимание, в первую очередь, на цену. Далее на уровень сервиса и только потом на технические и функциональные возможности предлагаемой техники. По ценовому критерию белорусская техника превосходит импортную. Остальные показатели нужно совершенствовать.

В отношении возможного появления новых игроков на российском рынке стоит отметить, что практически все крупные мировые производители здесь уже присутствуют. На российской территории действуют совместные предприятия с иностранным капиталом. Поэтому маловероятно, что объем импортных поставок существенно возрастет в ближайшее время. Вероятно, увеличатся объемы производства на совместных предприятиях, и россияне будут покупать больше новой техники, чем бывшей в употреблении. Не стоит ожидать развития ситуации по сценарию Украины, где отсутствует собственное крупное производство комбайнов, и доля бывшей в употреблении техники в соответствующем импорте составляет порядка 60%.

Предполагается, что объем поставок сельхозтехники ПО «Гомсельмаш» в Россию в физическом выражении увеличится на 10 – 15% по отношению к 2011 г. Что касается рынка Казахстана и других стран СНГ, то конкурент один – российский ОАО «Ростсельмаш». В Казахстане, как и в Украине, нет своих национальных производителей сельхозтехники, аналогичной белорусской. ПО «Гомсельмаш» и ОАО «Ростсельмаш» работают на один сегмент потребителей и примерно равны по силам в компонентах в отношении цены, сервиса и качества. В Казахстане с участием ПО «Гомсельмаш» создано сборочное производство, что также является конкурентным преимуществом. Впрочем, как и в Украине, и в России.

Для повышения конкурентоспособности предусмотрено создание совместных предприятий с участием белорусского капитала на российской территории. В Брянске уже действуют совместные предприятия с участием нашего капитала, достаточно успешно функционируют и другие совместные предприятия в различных регионах России – в Амурской, Ульяновской областях и др.

Следующее важное направление работы – развитие товаропроводящей сети. В том числе технических сервисных центров. В целях повышения уровня сервисного обслуживания рассматривается возможность создания еще одного крупного склада запчастей на территории России.

Немаловажное значение имеет развитие дилерской сети и повышение эффективности ее работы. В этих целях ежегодно пересматриваются и оптимизируются требования к субъектам хозяйствования товаропроводящей сети, разрабатываются новые программы и стандарты работы дилерского центра, а также схемы стимулирования дилеров, включая различные бонусы и скидки. В конечном счете, это позволяет дилеру по своему усмотрению выбрать наиболее оптимальную для него схему работы СПО «Гомсельмаш».

Поскольку мировые производители имеют несколько направлений в работе, кроме сельхозтехники они производят лесозаготовительную, строительную или коммунальную технику то можно было бы рассмотреть возможность реализации какого-либо проекта совместно с белорусскими предприятиями или создания объединения холдингового типа. По этому пути уже идет ОАО «Ростсельмаш» в целях обеспечения своих клиентов-сельхозпроизводителей не только необходимой техникой, но и различными адаптерами и другим оборудованием от одного производителя или выполненной по одной технологии. [1, С.3]

В объеме экспорта ОАО «Лидсельмаш» доля российского рынка составляет примерно 70%. Российским заказчикам предоставляется широкая номенклатура навесного сельскохозяйственного оборудования производства данного белорусского предприятия: картофелекопатели, картофелесажатели, бороны, пресс-подборщики, косилки для тракторов малого класса и т.д. В основном, сюда поставляется техника и оборудование для не энергонасыщенных тракторов. Данное оборудование простое в обслуживании и является конкурентоспособным по цене. Хорошие возможности для укрепления позиций открываются на рынке Казахстана. Ранее здесь были только сезонные покупатели. В настоящее время на данном рынке наблюдается оживление, и белорусское предприятие рассчитывает на стабильную реализацию своей продукции казахстанским фермерам. Конкурентным преимуществом ОАО «Лидсельмаша» здесь является приемлемая цена выпускаемой техники и оборудования, ее простота в эксплуатации, а также уровень сервисного обслуживания. На территории Казахстана достаточно сборочных производств – филиалов известных зарубежных производителей, на которых выпускается продукция под иностранными брендами. По цене готовой продукции она может быть даже немного дешевле белорусских аналогов, однако зачастую комплектующие и запчасти при их приобретении уже в процессе эксплуатации стоят очень дорого. В результате, отработав на такой машине 2 – 3 года, местные фермеры все равно приходят к производителю, который предлагает их по меньшей цене».

Специалисты ОАО «Лидсельмаш» рассчитывают на дальнейшее продвижение своей продукции и на других внешних рынках. Большие надежды на увеличение экспортного потенциала специалисты предприятия связывают с Монголией. На территории этой страны уже есть компания, с которой ОАО «Лидсельмаш» тесно и взаимовыгодно сотрудничает. На протяжении нескольких лет она приобретает продукцию лидских производителей на постоянной основе. За этот период компания зарекомендовала себя надежным партнером и сможет представлять интересы белорусского предприятия на монгольском рынке в целом. В планах на 2012 г. ожидается дальнейшее наращивание экспортной составляющей продаж по сравнению с 2011 г. В любом случае, все будет зависеть от конъюнктуры рынка и потребительского спроса. [2, С.17]

В текущем году РУП «Минский тракторный завод» планирует сохранить свои экспортные показатели прошлого года, в том числе и на российском рынке. Поставка продукции МТЗ на российский рынок осуществляется как через торговые дома, так и через сборочные производства с акционерным капиталом МТЗ. Россия – основной рынок реализации тракторов «Беларус», где доля МТЗ составляет более 80%. С учетом этого уменьшение в России импортных пошлин на ввоз готовой продукции из-за рубежа вряд ли затронет позиции МТЗ на данном рынке в значительной степени. Кроме того, МТЗ намерен увеличивать поставки в Россию тракторокомплектов на сборочные производства. В рамках территории Единого экономического пространства укрепляется сотрудничество с Казахстаном.

По итогам 2012 года минские тракторозаводцы планируют, как минимум, сохранить объемы экспортных продаж на европейском рынке на уровне 2011 г., в том числе за счет новой продукции, соответствующей требованиям ЕС, развития мощностей сборочных производств в Румынии и Сербии, роста поставок тракторов и тракторокомплектов в Польшу, а также за счет активной работы субъектов товаропроводящей сети МТЗ в Европе. Рынок Сербии отличает достаточно высокий и стабильный спрос на белорусскую продукцию по сравнению со многими странами Европы. МТЗ также рассчитывает на дальнейшее увеличение спроса на готовую белорусскую сельскохозяйственную технику в Венгрии, Чехии, Румынии и Болгарии, сохранение своих позиций в прибалтийских странах и Германии. В целях сохранения и расширения присутствия на рынках предприятие намерено продолжить развитие сервисной базы, улучшение технических характеристик сельскохозяйственных машин в соответствии с требованиями, запросами и информацией, поступающей от покупателей и дилеров, постоянно отслеживать конъюнктуру рынка.

В 2012 году МТЗ продолжит осваивать рынок Юго-Восточной Азии. Основные направления такого развития – Вьетнам и Китай. Большой интерес для ведущих сельхозмашиностроителей Беларуси представляют страны Африки. В текущем году ожидается незначительный рост продаж готовой продукции в Египте, Судане, увеличение объемов выпуска тракторов на сборочном производстве в Алжире, развитие торговых отношений со странами Южной и Центральной Африки, такими как ЮАР, Буркина-Фасо, Ангола, Конго.

МТЗ рассчитывает на продвижение своих интересов на Ближнем Востоке. В частности, большие надежды минчане связывают с Ираком. Заложённая ранее база позволит преодолеть возможные трудности при реализации продукции на внешнем рынке и, как минимум, сохранить достигнутые результаты прошлого года.[3, С.51]

#### ***Список использованных источников***

1. Маненок, Т. Желая закрепиться на рынке / Т. Маненок // Белорусы и рынок. – 2011. – №48. – С.3.
2. Плавский, О. ОАО «Лидсельмаш» охватывает новые рынки / О. Плавский // Агробаза. – 2011. – №10. – С.16–17.
3. Пустошило, Я. Экспорт белорусской сельхозпродукции становится многовекторным / Я. Пустошило // Агробаза. – 2011. – №11. – С.50–52.