

Казяковская Ю.Н.
Белорусский государственный
технологический университет, г. Минск. Беларусь
yula2007@list.ru

КРЕАТИВНОСТЬ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «МАЗ» В КОНТЕКСТЕ ЗЕЛЕННОГО РОСТА

Креативными инструментами продвижения продукции ОАО «МАЗ» на международном рынке являются: электронные торговые площадки; виртуальные выставки; поисковые B2B-системы ((B2B-базы данных) и информационные порталы и электронные отраслевые СМИ; контекстная реклама и поисковая оптимизация; специализированные социальные сети; собственный веб-сайт.

Ключевые слова: креативность, сбытовая политика, зеленый рост

Kaziakouskaya Y.N.

CREATIVITY OF SALES POLICY OF JSC MAZ IN THE CONTEXT OF GREEN GROWTH

Creative instruments for promoting MAZ products on the international market are: electronic trading platforms; virtual exhibitions; B2B search engines ((B2B databases) and information portals and electronic industry media; contextual advertising and search engine optimization; specialized social networks; own website.

Keywords: creativity, sales policy, green growth

Особенностью современной глобальной экономики является деятельность субъектов в условиях жёсткой конкуренции, обусловленной ограниченными природными ресурсами. В основе «зеленого» роста — чистые технологии. Показатели зеленого роста разделены на четыре основных группы: экологическая и ресурсная эффективность экономики; природные активы; экологическое качество жизни; экономические возможности; а также группу социально-экономических показателей.

Показатели экологической и ресурсной эффективности экономики характеризуют экологическую и экономическую эффективность использования природных ресурсов и материалов в процессах производства и потребления [1].

Креативность — это неотъемлемое свойство любой деятельности, которое в значительной степени определяет ее эффективность и является важным конкурентным преимуществом любого предприятия. То предприятие, которое развивает свою креативность, выводит ее на более высокий уровень, не только обладает большей стабильностью и гибкостью, но и способна развиваться более быстрыми темпами.

ОАО «Минский автомобильный завод» управляющая компания холдинга «БЕЛАВТОМАЗ» серийно выпускает большегрузную автомобильную, пассажирскую, автокрановую и прицепную технику, полностью соответствующую требованиям европейских стандартов (в том числе и экологических) Евро-3, Евро-4, Евро-5, Евро-6.

Главным направлением развития Минского автозавода является диверсификация рынков, в связи, с чем в основном создается и осваивается экспортоориентированная автотехника, в т.ч.:

— для международных перевозок в страны ЕС создан магистральный седельный тягач МАЗ-5440М9 с колёсной формулой 4х2 с двигателем Mercedes Евро-6 с новой кабиной и салоном повышенной комфортности;

— для установки различных спецнадстроек создано шасси МАЗ-5430М4 с колёсной формулой 4х2 с двигателем Mercedes Евро-6;

— в рамках создания линейки газовой автотехники МАЗ создан бортовой автомобиль МАЗ-534023 с двигателем ф.«Weichai Power», работающим на сжатом природном газе;

— для строительной отрасли создан автомобиль-самосвал МАЗ-6516В9 с колесной формулой 6х6 грузоподъемностью 26,5т с универсальной платформой для перевозки сыпучих грузов и возможностью транспортировки цельных строительных грузов типа плит, панелей, блоков и т.п;

— для агропромышленного комплекса РБ, РФ, Украины и Казахстана создан автомобиль-зерновоз МАЗ-6501В9 с платформой объемом 32м³ грузоподъемностью 19т для перевозки зерновых культур с разгрузкой на правую сторону;

— в развитие линейки бортовых автомобилей созданы автомобили МАЗ-6312В5 и МАЗ-6312В9 с колёсной формулой 6х4 с увеличенной внутренней длиной платформы для перевозки длинномерных грузов.

— в расширение линейки городских автобусов создан автобус МАЗ-203069 с двигателем Mercedes Евро-5 и автоматической коробкой передач нового поколения, обеспечивающей снижение расхода топлива и улучшение условий работы водителя;

— для обслуживания пассажиров во время чемпионата мира по хоккею освоено производство супернизкопольных сочлененных автобусов MA3-215069;

— в развитие модельного ряда городского транспорта созданы опытные образцы низкопольных троллейбусов MA3-215T00 и MA3-203T70;

для строительной отрасли на базе шасси MA3-5340B2 с двигателем ЯМЗ Евро-4 создан автокран КС-5574BY-8 грузоподъемностью 25т;

— в развитие поставок экспортоориентированной продукции в Казахстан создан трехосный автомобильный прицеп MA3-837320 с центральным расположением осей.

Среди основных инструментов продвижения продукции на международном рынке можно отметить: электронные торговые площадки; виртуальные выставки; поисковые B2B-системы ((B2B-базы данных) и информационные порталы и электронные отраслевые СМИ; контекстная реклама и поисковая оптимизация; специализированные социальные сети; собственный веб-сайт.

Таким образом, формирование эффективной рыночной стратегии по выходу предприятия на внешние рынки — один из самых существенных и сложных этапов процесса маркетинга.

Наиболее существенными результатами, содержащими новизну, являются следующие положения: организация товаро-проводящей сети в Турции; выход на внешние рынки с новым видом продукции, организация сборочного производства электробусов; совершенствование маркетинговых коммуникаций на внешних рынках.

Данный комплекс мероприятий позволит решить существующие проблемы, связанные с ликвидацией негативных факторов технико-экономических показателей работы ОАО «МАЗ».

На мировых автомобильных выставках и автосалонах нескольких последних лет четко прослеживается мировая тенденция по переходу ведущих автопроизводителей от транспорта, работающего на углеводородном топливе, к транспорту с электрической тягой, работающему автономно на современных аккумуляторных батареях.

Инвестиционный проект будет реализовываться вновь создаваемым совместным предприятием, учредителями которого планируют стать: ОАО «Минский автомобильный завод» (резидент Республики Беларусь) и компания E-WEG Engineering AG (резидент Швейцарии).

Создание нового производства пассажирских электробусов и троллейбусов позволит решить следующие стратегические задачи:

— освоить в Республике Беларусь конкурентоспособную и экспортно-ориентированную пассажирскую технику, отвечающую экологическим требованиям Евросоюза;

— поднять технический уровень и повысить экспортный потенциал ОАО «МАЗ» в сегменте пассажирской техники;

— за счет сотрудничества с европейским партнером в рамках совместного предприятия оптимизировать затраты ОАО «МАЗ» на опытно-конструкторские работы в сегменте электрических приводов, накопителей и электрических систем управления, применяемых в пассажирском транспорте;

— укрепление экспортного и валютного потенциала Республики Беларусь, поскольку основной объем производимых электробусов планируется отгружать на рынки ближнего и дальнего зарубежья (доля экспорта 72,7% к 2018 году);

— увеличение занятости населения путем создания новых высокотехнологичных рабочих мест;

— увеличение налоговых и валютных поступлений в бюджет.

На новом сборочном производстве планируется выпускать городской электрический пассажирский транспорт и троллейбусы. Планируемая к выпуску продукция относится к технически-сложным и наукоемким видам продукции, соответствует всем критериям инновационной и импортозамещающей продукции. Номенклатура выпускаемой техники по проекту: электробус i203E; и троллейбус i203T.

Позиционирование продукции на рынке (креативность данной продукции):

— инновационная продукция;

— экологическая продукция (электротранспорт (троллейбус, электроавтобус и троллейбус с увеличенным автономным ходом);

— высокие потребительские качества;

— экономичность (экономичность электротранспорта обусловлена низкими эксплуатационными расходами на техническое и сервисное обслуживание, более длительным сроком службы транспортных средств);

— энергоэффективность (использование в конструкции продукции последних разработок в области рекуперации энергии торможения позволит дополнительно сохранить до 20% энергии).

Для выхода на рынок необходимо определиться с ценой товара. Исходя из технических параметров и качества выпускаемой продукции, руководство планирует цены, представленные в таблице 3.

Таблица 3 — Прогнозируемые цены на продукцию

Перечень продукции, рынков сбыта	Цена реализации единицы новой продукции по годам проекта (без НДС), USD				
	2017	2018	2019	2020	2021
Электробус i203E					
на внутренний рынок	411000,0	411000,0	411000,0	411000,00	411000,0
в ближнее зарубежье	445300,0	445300,0	445300,0	445300,00	445300,0
в дальнее зарубежье	465800,0	465800,0	465800,0	465800,00	465800,0
Троллейбус i203T					
на внутренний рынок	274500,0	274500,0	274500,0	274500,00	274500,0
в ближнее зарубежье	283000,0	283000,0	283000,0	283000,00	283000,0
в дальнее зарубежье	291500,0	291500,0	291500,0	291500,00	291500,0

Перечень продукции, рынков сбыта Цена реализации единицы новой продукции по годам проекта (без НДС), USD

Планируется поэтапное увеличение объемов сборки электротранспорта на сборочном производстве.

Таким образом, конкурентные преимущества ОАО «МАЗ» заключаются в достижении выпускаемой техникой более высоких показателей по технико-экономическим параметрам и наличии в заделах большего количества научно-технических разработок, позволяющих освоить выпуск новых уникальных образцов техники, а также использование креативных методов сбыта.

Список использованных источников

1. Водопьянова, Т. П. Основы управления рисками в контексте «зеленой» экономики / Т. П. Водопьянова, В. В. Володько // Экономика и управление производством: тезисы докладов 80-й научно-технической конференции профессорско-преподавательского состава, научных сотрудников и аспирантов (с международным участием), 1-12 февраля 2016 г. / Белорусский государственный технологический университет; [гл. ред. И. М. Жарский]. Минск: БГТУ, 2016. С. 100.
2. Сайт МАЗ [Электронный ресурс]. URL: <http://maz.by/>(дата обращения:05.02.19).
3. Маркетинговые коммуникации. Романов А.А, Панько А.В М.: Эксмо, 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ereading.life/>

bookreader.php/112968/Romanov Marketingovye_kommunikacii.pdf.
(дата обращения: 05.02.19).

4. Техника и этапы выхода на внешний рынок [Электронный ресурс].
URL: <http://euro-info-center.ru/old/index.php>. (дата обращения: 05.02.19);

5. Алексеев, И.С. Внешнеэкономическая деятельность / И. С. Алексеев. Москва: Дашков и К, 2010. 304 с.

6. Адаменкова, С.И. Анализ производственно-финансовой деятельности предприятия: Учебно-методическое пособие/ С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. Минск: Издательство «Регистр», 2015. 384с.

УДК 330.322.54

Карпович К. А., Водопомянова Т.П.

*Белорусский государственный
технологический университет, г. Минск, Беларусь
karina.povich.96.32@mail.ru*

ПРОЕКТНЫЕ РИСКИ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье исследуется проблема реагирования на риски в процессе осуществления инвестиционной деятельности предприятия, в частности рассмотрены основы их выявления, оценки и методов учета.

Ключевые слова: инвестиции, риски, вероятность, методы, направления совершенствования

Karpovich K.A., Vodopianova T.P.

PROJECT RISKS IN INVESTMENT ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION

The article examines the problem of the presence of risks in the implementation of the investment activities of each organization, in particular, discusses the basics of their identification, assessment and accounting methods.

Keywords: investments, risks, probability, methods, directions of improvement.

Классическое определение риска связано с возможностью возникновения неблагоприятной ситуации, неудачного исхода деятельности предприятия. Реагирование на рискованные ситуации начинается с тради-