

---

## ОТЕЧЕСТВЕННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОТИВ ЧУЖОЙ ПРОДУКЦИИ

**В.У. Дубков, О.В. Пунтус**

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск, Республика Беларусь*  
*Olga\_Vladimirovna\_2009@tut.by; povik2005@mail.ru*

Новые рабочие места, ритмичная загруженность предприятия, а значит, и своевременная достойная зарплата – вот что такое программа импортозамещения, она позволит сэкономить миллионы долларов. Только в 2008 году благодаря ее реализации объемы импорта значительно сократились. Улучшились показатели и в минувшем.

По данным Минэкономики республики в прошлом году, согласно государственной, отраслевым и региональным программам импортозамещения, намечалось реализовать почти 500 проектов, из которых свыше сотни были реализованы досрочно. Освоение отечественной продукции принесло дополнительный эффект и позволило снизить импортные закупки. Только в рамках реализации основной государственной программы выпуск в 2009 году импортозамещающей продукции достиг 830 миллионов долларов. При этом условная экономия валюты составила не менее 300 миллионов.

Товары, которые решили заменить, разделили на три группы. В первую вошли те, что производятся в недостаточном количестве, или потребительские свойства которых значительно уступают импортным. В результате только за десять месяцев прошлого года по сравнению с 2008 годом удалось снизить объемы импорта машин для автоматической обработки информации, электронных интегральных систем и микросборок на несколько миллионов долларов. Во вторую группу вошли товары, производство которых велось или принято к освоению. В третью – товары, не производимые в республике. Организацию производства их признали экономически нецелесообразной. Однако тщательная проработка вопроса в последующем позволила начать осуществлять изготовление по нескольким десяткам позиций.

На протяжении последних лет в целях сокращения объема импорта в нашу страну проводится работа на УП МЭТЗ им. В.И. Козлова по освоению продукции взамен ранее приобретаемой за ее пределами. Так, для снижения импорта и бесперебойного снабжения в настоящее время освоено производство обмоточных алюминиевых проводов, полимерных изоляторов, рубильников, разъединителей и других комплектующих изделий.

Предусмотренные планом 2007-2010 гг. темпы роста по продукции, ранее закупаемой за пределами Республики Беларусь: выключатели, соединители и переключатели для собственной комплектации, а также изоляторы полимерные намного опередили стопроцентное обеспечение. Такое мероприятие позволило прогнозировать на последующие периоды снижение поставок комплектующих изделий из-за рубежа вплоть до 2010 года.

В перечне основных наиболее значимых товаров, получаемых по импорту этим предприятием, по-прежнему остается прокат черных металлов (к общему объему импорта составляет более 50%), алюминиевая катанка и автоматические выключатели. Избавиться от импортных закупок такой продукции предприятием в настоящее время пока затруднительно.

Всего же импорт сырья, материалов, комплектующих изделий, оборудования, запасных частей по-прежнему ежегодно на этом предприятии составляет более \$25 млн. Но уже с 2004 года начались закупки необходимой продукции, поставляемой по импорту у отечественных производителей: абсолютных товаров, проката цветных металлов, автоматических выключателей. Такое снижение импортной доли поставок стала видно уже в 2007–2008 гг. (более чем на 20%). Сохранилась эта доля и в прошлом году.

Серьезно занимаются вопросом импортозамещения в ОАО «Беломо – ММЗ имени С.И. Вавилова». Здесь в целях снижения объемов импорта комплектующих и их удельного веса в себестоимости базовой продукции предприятия, для экономии валютных средств, разработана Программа импортозамещения на 2009–2015 годы.

Основными направлениями развития предприятия на этот период являются: реализация планов внедрения новых изделий и технологий, технического перевооружения, наращивание объемов выпуска оптико-механических и оптико-электронных изделий, соответствующих современным требованиям; освоение новых и сохранение существующих рынков сбыта «неоптической» продукции, выпускаемой предприятием.

Стратегия развития предприятия на этот период направлена на:

- освоение в производстве новой продукции оптического профиля, соответствующей современному техническому уровню, и на этой основе увеличение экспорта, укрепление положения предприятия на рынках стран СНГ, расширение присутствия на мировых рынках;

- 
- разработку и изучение в производстве современной конкуренто-способной импортозамещающей продукции с техническими характеристиками на уровне мировых аналогов;
  - удовлетворение потребности населения Беларуси в современной, обладающей высокими потребительскими свойствами, продукции бытового назначения;
  - формирование производственного и технологического потенциала предприятия, масштабное техническое перевооружение с целью расширения технических возможностей освоения и выпуска новой сложной наукоемкой продукции;
  - определяющее развитие работ по созданию и освоению изделий оптического направления, как наиболее сложного и наукоемкого, обеспечивающего высокие соотношения стоимости к трудозатратам, включая затраты на материалы и энергоресурсы.

В соответствии с задачами и основными направлениями развития на предприятии планируется существенное расширение и обновление номенклатуры производимых изделий оптического и оптико-электронного профиля, что обусловлено растущей конкуренцией и постоянным повышением требований по данным направлениям техники.

Освоение указанной продукции на предприятии обеспечило производство в Республике Беларусь импортозамещающих изделий широкой номенклатуры и гарантировало потребности предприятий МАЗ, БелАЗ, Амкордор, Белкоммунмаш, МТЗ и др. в изделиях данного направления, которые конкурентоспособны по качеству и цене в сравнении с аналогичными изделиями, выпускаемыми специализированными предприятиями, такими, как РААЗ (г. Рославль, РФ), ПААЗ (г. Полтава, Украина), «WABCO», «Knorr-Bremze» (Германия). При этом объем производства пневмоаппаратов вырос с 30 тыс. \$ в 1994 году до 13,8 млн долларов в 2009 году, т.е. вырос в 400 раз.

Предприятие серийно производит четыре типоразмера бытовых счетчиков газа (G1,6, G2,5, G4, G6), имеющих наилучшие показатели по точности измерения при работе в системе газоснабжения малого давления. Статус импортозамещающей продукции изделия получили в конкурентной борьбе с производителями таких ведущих стран мира, как Франция, Германия и Россия. Объемы поставки потребителям Республики Беларусь только за последние 5 лет выросли в 4 раза (с Br 2,4 млрд руб. в 2004 году до Br 9,8 млрд руб. в 2009 году). Начиная с 1996 года в мире произведено 2,7 млн счетчиков на сумму более 75 млн \$. Объем производства вырос с 160 тыс. \$ до 9,1 млн \$, в том числе в Беларуси – 4,6 млн \$.

В настоящее время на этом предприятии разрабатывается и изготавливается большая номенклатура, относящихся к импортозамещаемым светотехническим изделиям и товарам народного потребления для нужд населения нашей республики.

Выполнение всех перечисленных мероприятий на исследуемых предприятиях должно способствовать замедлению экономического кризиса не только на данных объектах, но и содействовать решению этой проблемы всеми отечественными предприятиями, которые получают импортозамещаемую продукцию от исследуемых предприятий. Это позволит найти определенные пути для улучшения инновационной деятельности в Беларуси, получить дополнительные резервы, которые будут способствовать решению многих экономических проблем нашей Республики в ближайшей перспективе.

## **ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧАСТНИКОВ РЫНКА АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ**

**А.А. Красноруцкий, Т.Н. Квятко**

*Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. Петра Василенко,  
г. Харьков, Украина  
krasnorutskyy@mail.ru*

Успешное обеспечение продовольственной безопасности государства предполагает создание условий, стимулирующих эффективное производство и распределение на внутреннем рынке товаров продовольственного назначения, что в современных условиях транзитивной отечественной экономической системы не является достижимым без формирования развитого внутреннего рынка сельскохозяйственной продукции, как основной составляющей рынка продовольствия. Отсутствие баланса интересов участников коммерческих процессов на рынке, а также существующее несовершенство их хозяйственных связей актуализируют необходимость поиска путей гармоничного развития всех его субъектов. Как известно, в рыночной среде формируются отношения предприятия с потребителями