

**РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ  
МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В РАМКАХ  
РЕАЛИЗАЦИИ КОМПЛЕКСНЫХ ДОЛГОСРОЧНЫХ  
СТРАТЕГИЙ В УСЛОВИЯХ РАСТУЩЕЙ КОНКУРЕНЦИИ  
НА ФОНЕ ВНЕШНИХ КРИЗИСНЫХ ЯВЛЕНИЙ**

Гисич Е. В., магистрант

Белорусский национальный технический университет  
г. Минск, Беларусь

Принимая во внимание стратегическую важность сохранения и устойчивого развития машиностроительной отрасли отечественной промышленности для Республики Беларусь в условиях растущей конкуренции под влиянием внешних факторов, в том числе кризисных явлений политического и финансово-экономического характера, сформулированы следующие рекомендации, практическая реализация которых может способствовать защите и продвижению интересов белорусских организаций машиностроения при реализации комплексных долгосрочных стратегий.

1. Освоение и внедрение новейших технологий на постоянной основе.

Перед лицом растущей глобальной конкуренции инновации станут единственным способом помочь отечественным производителям дифференцироваться и предложить покупателю конкурентную современную продукцию с оптимальным набором потребительских свойств по доступной цене. Крупным и мелким производителям следует сосредоточиться на выборе и разработке технологичных операций для эффективной обработки и использования новых материалов для удовлетворения потребностей в нишевом рынке.

2. Защита интеллектуальной собственности и постоянное совершенствование разработок.

Интеллектуальная собственность является одним из стратегических активов для организаций машиностроительной промышленности нашей страны. Организации должны уделять больше внимания защите своих ноу-хау, увеличивая свое взаимодействие с мировыми рынками. В тоже время необходимо учитывать недостаток опыта и

знаний о том, как эффективно защитить свою интеллектуальную собственность, продвигая и реализовывая производимую технику и оборудование, в том числе на внешних рынках.

Защита и постоянное совершенствование знаний – это ключ к обеспечению конкурентного преимущества на мировом рынке продукции машиностроительной промышленности.

### 3. Создание альянсов и совместный выход на внешние рынки.

Многие отечественные организации не могут самостоятельно реагировать на новые бизнес-задачи на глобальных рынках; им не хватает навыков, опыта и ресурсов, чтобы справиться с поддержкой правительства, оказываемой собственным производителям и ведущим игрокам на крупнейших иностранных рынках. Отечественные организации машиностроительной промышленности могут основывать свою стратегию на создании «коалиций» и «альянсов» с ведущими иностранными производителями, при создании которых следует рассматривать возможность использования общих платформ для исследований, разработок, создания и продвижения новых групп востребованной техники и оборудования.

При этом использование общих платформ и услуг может достигаться путем объединения сил и стратегических ресурсов через создание совместных предприятий. Активное совместное сотрудничество может привести к более интегрированным формам партнерских отношений, в том числе слиянию капиталов посредством вхождения сторон в качестве учредителей в состав действующих и создаваемых организаций, что соответствует желаемому сценарию, в котором отечественные предприятия расширяют экспортную ориентированность, эффективно инвестируют и привлекают в страну иностранные инвестиции.

### 4. Пересмотр бизнес-модели организации для работы на зарубежных рынках.

Организациям необходимо пройти управленческую и организационную трансформацию, чтобы адаптировать свою деятельность к внешним рынкам. Необходимо развивать стратегическое управление ресурсами и повышать способность использовать возможности, существующие на зарубежных рынках.

### 5. «Умный» маркетинг.

Отечественным предприятиям машиностроительной отрасли необходимо активизировать свои маркетинговые усилия, особенно на рынках стран, где только начинает развиваться присутствие.

Вхождение на данные рынки характеризуется конкуренцией с сильными каналами сбыта и низкими ценами. Необходимо приложить больше усилий, чтобы информировать клиентов о выгодных качествах продвигаемой продукции и о стоимости, которая в полной мере соответствует свойствам продукции, тем самым убедив клиента заплатить «премиальную» цену.

6. Сотрудничество с производителями Китайской Народной Республики.

Китай является крупнейшим рынком, и его значение, по прогнозам, сохранится в ближайшем будущем. Рекомендуется углублять знакомство с Китаем и культурой ведения бизнеса в данной стране. Эти знания важны для выбора правильных маркетинговых стратегий при принятии решения вступить в партнерство с азиатскими компаниями и, наконец, для защиты своих интересов и активов. Белорусским производителям необходимо развивать свои связи с Китаем, задействовав потенциал этого рынка, чтобы компенсировать последствия стагнирующего потребления на традиционных рынках сбыта.

7. Инвестиции в профессиональную подготовку и повышение квалификации специалистов.

Отсутствие квалифицированной рабочей силы представляет серьезную угрозу для будущего машиностроительной промышленности. Отсутствие квалифицированных специалистов и отсутствие преемственности поколений технических специалистов в особенности на периферии в перспективе может явиться серьезной проблемой для отечественных организаций. Долгий процесс подготовки молодого специалиста к инженерной карьере в технически сложном секторе промышленности, таком как машиностроение, требует времени, внимания и ответственного подхода на всех этапах обучения и практики. Организации должны инвестировать в программы стажировки и обучения молодых инженеров путем установления партнерских отношений с профильными гимназиями, колледжами и университетами. Кроме того, следует инвестировать в профессиональную подготовку (переподготовку), чтобы повысить квалификацию своего персонала и подготовить их к новым технологическим и рыночным вызовам.