

Гайнутдинов Э.М.

Белорусский национальный технический университет

В период существования Советского Союза в Беларуси было создано основательное машиностроительное производство, вполне отвечающей по своим конструктивным и эксплуатационным характеристикам, запросам промышленных и сельскохозяйственных секторов народного хозяйства. Основным потребителем изготовленных машин было государство, которое главной задачей считало выпуск должного количества нужной техники даже вопреки ее высокой себестоимости.

С уничтожением Советского Союза экономическая ситуация, в которой оказалось машиностроительное производство Беларуси изменилось. Основные потребители белорусской продукции - республики бывшего Советского Союза начали «считать» деньги, предъявлять более высокие требования к белорусской технике. Бескрайние просторы России стали более избирательны к оплачиваемой продукции. Начались поиски покупателей в странах ранее не знакомых с качеством и стоимостью предлагаемых машин.

Рыночные отношения требовали принятия мер диалектического порядка. Поиск покупателей в мировой потребительской практике заставил корректировать конструкции машин, приспособлявая их к условиям эксплуатации других стран. Появляются новые модели, но в то же время сокращается количество машин конкретных моделей, продаваемых на рынках ограниченного потребления, в результате чего рыночная ситуация не улучшается, а объемы продаж продолжают падать. До сих пор основным потребителем белорусских машин остается Россия.

Поиски выхода из создавшегося положения заставляют задумываться о перспективе. В сложившихся условиях представляется целесообразным продумать и реализовать стратегию развития машиностроительного производства, ориентированного на потребителей малого и среднего бизнеса, давно ожидающих «народный автомобиль» отечественного производства, средней мощности без комфортных «наворотов», пригодных для работы на усадебных участках.

Необходимо реализовать систему льготной продажи техники по договорам, обязывающим покупателей расширять производство и повышать эффективность малого и среднего бизнеса.