

Реализация проекта «Белбиоград» даст толчок к развитию новых отраслей в Республике Беларусь: нано- и биоиндустрия, производство микро- и наносистемной техники. Научно-технологический парк «Белбиоград» позволит фармацевтической отрасли перейти на V и VI технологические уклады, что, в свою очередь, будет стимулировать инновационную деятельность, а также позволит привлечь исследователей, разработчиков, предпринимателей и инвесторов, встроенной в глобальную инновационную систему. Экономический эффект для Беларуси от создания фармацевтического кластера заключается в создании значительного экспортного потенциала Беларуси и выход на новые рынки в сфере фармацевтической, нано- и биотехнологической индустрии.

УДК 334.339

**РАЗВИТИЕ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ РЫНКОВ ОАО «БМЗ»  
ЗА СЧЕТ ВЫХОДА НА РЫНОК МЕТАЛЛОПРОДУКЦИИ КИТАЯ**

*Таргонская Ю.Н., студент факультета маркетинга, менеджмента,  
предпринимательства Белорусского национального технического университета  
E-mail: zavitywka@mail.ru*

**Abstract.** *The attractiveness of steel market in China is estimated as part of ongoing research content of a strategy of market diversification of «Belorussian Steel Works». The main company's competitive advantages to create and develop significant competitive positions in these markets are defined.*

ОАО «Белорусский металлургический завод» является ведущим предприятием металлургической отрасли Республики Беларусь. По уровню реализации товарной продукции (литой заготовки, фасонного, сортового и арматурного проката, труб, металлокорда, РМЛ и других видов проволоки) предприятие занимает ведущее место в структуре Министерства промышленности республики. За время пребывания ОАО «БМЗ» на отечественном и зарубежном рынках металлопродукции изделия предприятия были поставлены в 114 стран мира. К 2016 году завод, чья изначальная проектная мощность составляла 700 тыс. тонн стали в год, планирует достичь уровня ее производства уже в 3 млн тонн [1].

Однако, по мнению специалистов, Белорусский металлургический завод в скором времени может столкнуться с теми же трудностями, что и подавляющее большинство предприятий страны, вследствие ослабления его позиций на традиционных внешних рынках Европы и Северной Америки, где продается почти 85% его продукции. В связи с этим становится чрезвычайно актуальной задача диверсификации рынков сбыта.

По итогам 2014 г. первая десятка стран-производителей стали в мире выглядит следующим образом: Китай (822,7 млн т), Япония (110,7 млн т), США (88,3 млн т), Индия (83,2 млн т), Южная Корея (71,0 млн т), Россия (70,7 млн т), Германия (42,9 млн т), Турция (36,2), Бразилия (33,9 млн т), и Украина (27,2 млн т) [2]. Вследствие меняющейся в настоящее время конъюнктуры рынка идет постепенная переориентация ведущих мировых производителей металлопродукции на рынки стран Ближнего Востока и Африки. Активно прорабатывается вопрос по поставкам продукции в страны Южной Америки, в частности, – в Венесуэлу, Бразилию и Эквадор. Мы полагаем целесообразным постепенный выход ОАО «БМЗ» на рынки металлопродукции Южной, Восточной и Юго-Восточной Азии, из которых наиболее привлекательными представляются рынки Китая, Индии и расположенных рядом с ним стран, например, Сингапура и Вьетнама. Страны этого региона составляют мощную генерацию лидеров мирового экономического роста и перспективы экспорта на рынок данных регионов весьма большие. При общем падении

спроса на металлопродукцию такая экспортная стратегия позволит ОАО «БМЗ» удерживать позиции на мировом рынке и расширить сбыт.

Китай все чаще воспринимается международным деловым сообществом как одна из самых перспективных площадок для выгодного вложения капитала, что объясняется многими факторами, в числе которых – большой внутренний рынок, стабильная макро-экономическая ситуация, относительно спокойная политическая обстановка, благоприятный инвестиционный климат [3, с. 110]. Выход на рынок Китая может способствовать усилению позиций ОАО «БМЗ» на мировом рынке металлопродукции. Однако стоит отметить, что данный рынок является не только емким и перспективным, но и в тоже время достаточно сложным в силу острой конкурентной борьбы за его доли между ведущими мировыми производителями металлопродукции, которые в последнее время предпринимают очень активные усилия по выходу и закреплению на данный рынок.

ОАО «БМЗ» следует не только узнать больше о перспективных партнерах с китайской стороны, но и проинформировать их о своей продукции, ее особенностях и качестве, преимуществах и инвестиционном потенциале. Очень важно представить ОАО «БМЗ» как перспективный объект для вложения как краткосрочных, так и долгосрочных инвестиций. Особый акцент при этом надо сделать на том, что ОАО «БМЗ» является членом Клуба Лидеров качества стран Центральной и Восточной Европы. В настоящее время завод располагает 48 сертификатами соответствия на производство различных видов продукции, а также 7 сертификатами соответствия на систему менеджмента качества. Именно высокое качество выпускаемой продукции позволяет ОАО «БМЗ» поддерживать уровень удовлетворенности потребителей более 90% и долгое время работать с такими мировыми брендами как «Goodyear», «Michelin», «Continental» и «Pirelli» [4].

В марте 2010 г. на метизном производстве Белорусского металлургического завода прошел международный аудит качества производимого им металлокорда. Аудит проводился представителями французской компании Michelin. Итоговая оценка составила 93,74% (т.е. «очень хорошо»). По результатам межлабораторных испытаний завод был признан лучшим поставщиком этой компании. Конкурентным преимуществом предприятия является и тот факт, что в конце 2012 г. его специалисты сумели создать собственную технологию выплавки кордовой стали высокого качества. С использованием этой технологии завод освоил выпуск ультравысокопрочного металлокорда конструкции «3+2×0,35 УТ» из катанки собственного производства, который применяется в производстве шин для легковых и грузовых автомобилей и имеет очень высокий показатель величины временного сопротивления разрыву проволоки. В настоящее время ОАО «БМЗ» является одним из основных поставщиков этой конструкции металлокорда для всемирно известного производителя автошин Goodyear [5].

Опираясь на вышесказанное, можно сделать следующий вывод. С целью минимизации негативного воздействия факторов внешней макросреды, ОАО «БМЗ» следует активнее реализовывать свою политику в среде диверсификации рынков. В связи со сложившейся ситуацией на мировом рынке стали предприятию необходимо предпринять усилия не только по удержанию и развитию позиций на уже завоеванных рынках, но и по выходу и закреплению на рынках металлопродукции Южной, Восточной и Юго-Восточной Азии и в первую очередь – Китая.

#### Источники

1. Бондарчук, Т. В зависимости от внешних факторов / Т. Бондарчук // Металлург. Газета ОАО «БМЗ – Управляющая компания холдинга «БМК». – 2014 г. – № 100 (2658).
2. World Steel in Figures 2015. – Brussels, Beijing: World Steel Association. 2015 – P.9. – Режим доступа: <http://www.worldsteel.org/statistics/economics.html>. – Дата доступа: 12.09.2015 г.
3. Муранова, А.П. ЮВА: факторы инвестиционной привлекательности региона / А.П. Муранова // ЮВА: актуальные проблемы развития. – 2013. – № 20. – С.109–138.

4. Официальный сайт ОАО «Белорусский металлургический завод». – Режим доступа: <http://www.belsteel.com>. – Дата доступа: 10.05.2015 г.

5. Сидорчик, В. БМЗ освоил выпуск новой конструкции ультравысокопрочного металлокорда из катанки собственного производства / В. Сидорчик // Новости Беларуси. Белорусское телеграфное агентство. – 2014. – 27 декабря. – Режим доступа: [http://www.belta.by/ru/all\\_news/economics/BMZ-osvoil-vypusk-novoj-konstruktsii-ultravysokoprochnogo-metallokorda-iz-katanki-sobstvennogo-proizvodstva\\_i\\_621523.html](http://www.belta.by/ru/all_news/economics/BMZ-osvoil-vypusk-novoj-konstruktsii-ultravysokoprochnogo-metallokorda-iz-katanki-sobstvennogo-proizvodstva_i_621523.html). – Дата доступа: 25.11.2014 г.

УДК 005.21:334.012.64

## ОПТИМИЗАЦИЯ И МЕНЕДЖМЕНТ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕОРИИ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ (ТМО)

Темичева А.К. научный руководитель канд.экон.наук, доцент Гринцевич Л.В.  
Белорусский национальный технический университет

***Abstract.** In this article the capabilities of econometric methods application have been considered, notably the queuing theory for analysis, optimization and small business management. We have created a method that will count amount of product must be produce out to maximize profitability.*

При выборе оптимальных, эффективных вариантов деятельности предприятия возникает множество путей их достижения. Использование экономико-математических методов, а в нашем случае ТМО, является ключевым моментом для решения поставленных задач. Эти задачи состоят в оптимизации объемов производства и товарного портфеля предприятия.

С точки зрения автора экономико-математические методы и модели (в частности ТМО) имеет смысл применять при анализе факторов влияющих на эффективность и устойчивость предприятия. Выделяют следующие факторы:

К внешним факторам:

- Изменчивость используемого сегмента рынка;
- Неустойчивый поток клиентуры;
- Диверсификация конкурентов и т.д.;

К внутренним факторам:

- Материальная база фирмы (оборудование, инструменты);
- Рабочая сила и ее квалификация;
- Режим работы и т.д.

В основном малые и средние предприятия имеют достаточно большой ассортиментный перечень, при этом в качестве критерия эффективность рассматривается общая прибыль предприятия, или рентабельность предприятия в целом. Однако работу предприятия определяет: поток клиентов, производственный потенциал предприятия, доходность отдельных товарных групп и их рентабельность.

Основными показателями для расчетов ТМО являются следующие важные для экономики предприятия факторы:

- Количество заказов (спрос на предлагаемую продукцию (услугу));
- Производственный потенциал (мощность);
- Доходность отдельной товарной группы;
- Затраты на производство товарной группы.

Предлагаем следующую методику оптимизации товарного портфеля предприятия, с целью максимизации его прибыли