

УДК 658.8

## РАЗВИТИЕ ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

О. С. КОЙДА

Научный руководитель О. Д. МАКАРЕВИЧ

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Вопросы развития посреднической деятельности предприятий лифтостроения на внешних рынках сейчас приобрели значимую актуальность. В рамках исследования была проанализирована экспортная деятельность ОАО «Могилевлифтмаш» и выявлены потенциальные рынки сбыта продукции предприятия путем построения карты сегментации стран «Привлекательность – Риски», в соответствии с которой определено, что руководству предприятия следует обратить внимание на Республику Казахстан, которая имеет следующие преимущества для осуществления продвижения и реализации белорусских лифтов: большой объем белорусских лифтов, поставленных в Казахстан в советское время, ежегодную емкость более 3 500 лифтов, динамичный рост жилищного строительства. В табл. 1 обобщены проблемы и возможности внешнеэкономической деятельности белорусского производителя лифтов на рынке Казахстана.

Табл. 1. Проблемы и возможности на рынке Казахстана

Проблемы	Возможности рынка
1. Высокая конкуренция 2. Бюджетное финансирование замены и модернизации лифтового парка отсутствует	1. В Казахстане более 4 тыс. лифтов с истёкшим сроком эксплуатации, которые нуждаются в замене. Около 1200 лифтов нуждаются в модернизации 2. Урбанизация

В целом отрасль машиностроения в Казахстане развивается быстрыми темпами и наращивает свои обороты. Позитивная динамика роста объемов производства наблюдается во всех секторах отрасли. В 2020 г. в эксплуатацию было введено 38 371 ед. помещений, включая 16 455 ед. в городах и 21 916 ед. в деревнях. Также в 2020 г. в Республике Казахстан было введено в эксплуатацию более 6 тыс. зданий с количеством этажей 5 и более, которые нуждаются в лифтах. Все это свидетельствует, что у ОАО «Могилевлифтмаш» есть большие перспективы выхода на рынок в Казахстане, поэтому дальнейшим шагом исследования являлся поиск компании-партнера. По результатам анализа была выбрана компания ТОО Otan-Lift (г. Алматы) в качестве партнера для продвижения и реализации лифтов белорусского производителя.

Для выхода на рынок Казахстана целесообразно применять ценовую стратегию проникновения на рынок, т. е. установление намеренно заниженных цен, и такая стратегия проникновения вполне способна обеспечить достижение высокой доли рынка и высоких растущих стабильных продаж.