

**Преимущества и недостатки контракта жизненного цикла**

Достоинства	Недостатки
Все риски, которые связаны с проектированием, производством и эксплуатацией, будут переложены на поставщика	Длительная нагрузка с невозможностью ее уменьшения, не нарушая обязательств перед поставщиками
Появляется возможность для сосредоточения на контроле по достижению заранее заданных параметров	Трудность в устранении ошибок, которые были допущены покупателем после начала его реализации
Возможность перейти на поэтапную оплату, без первоначального резервирования большого количества средств	Риски: инфляционные, изменения законодательства, политической конъюнктуры и досрочного прекращения контракта
Из-за фиксированного размера платежей появляется возможность планировать расходы	
Появляется уверенность в конкретном объеме поставки	Поставщик вынужден привлекать большой объем заемных средств на начальных этапах
Возвратность и доходность инвестиций	Поступление платежей осуществляется только с момента поставки и объекта покупателю, до наступления этого момента у поставщика нет возможности снизить финансовую нагрузку
Появляется возможность для резерва средств с целью проведения ремонтов и модернизации	Риск ошибки в планировании затрат крупных ремонтов из-за длительности срока
Свобода в выборе средства реализации проекта и заинтересована в передовых технологиях, чтобы снизить собственные издержки	–

## Литература

1. Автоматизация управления эффективностью долгосрочных контрактов жизненного цикла на «IC:Управление холдингом» г. Москва, 2017 г. – Режим доступа: <https://docplayer.com/85745929-Avtomatizaciya-upravleniya-effektivnostyu-dolgosrochnyh-kontraktov-zhiznennogo-cik-lana-ls-upravlenie-holdingom-g-moskva-2017-g.html>. – Дата доступа: 13.09.2021.
2. Кашлей, Ф. Ф. Специфика контракта жизненного цикла при производстве и эксплуатации пассажирской техники / Ф. Ф. Кашлей, Л. М. Короткевич // II Китайско-белорусский молодежный конкурс научно-исследовательских и инновационных проектов : сб. материалов конкурса, 20–21 мая 2021 г. / Белорус. нац. техн. ун-т ; Науч.-технол. парк БНТУ «Политехник»; Ин-т Конфуция по науке и технике БНТУ. – Минск : БНТУ, 2021. – С. 213.

**СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА ОАО «АМКОДОР» – УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА» НА РЫНОК УЗБЕКИСТАНА**

К. А. Лашук

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск*

Научный руководитель Л. М. Короткевич

Стратегия выхода на внешние рынки – это экспортная стратегия, которая охватывает все направления его деятельности и представляет собой план управления предприятием.

Следует отметить, что экспортная стратегия предприятия – это документ, который должен постоянно корректироваться в зависимости от изменений в организации, достигнутых целей в сфере экспорта и т. д.

Разработанная экспортная стратегия позволит предприятию:

- проанализировать собственный потенциал по выходу на внешние рынки, а также потенциал товара/услуги и спрос на него за рубежом;
- определить и рассчитать необходимые для целей экспорта финансовые, материальные, трудовые и временные ресурсы;
- обучить сотрудников, привлекаемых к экспортной деятельности предприятия;
- ознакомить с целями (и позже результатами) экспортной деятельности всех заинтересованных лиц: инвесторов, собственников предприятия и покупателей;
- управлять рисками, связанными с экспортной деятельностью, контролировать результаты, эффективно управлять процессами и вести учет в сфере экспорта.

Деятельность компаний при выходе на внешний рынок должна начинаться с определения целей. Цель – это то, что предприятие хочет достичь, реализовать. От целей, которые преследует организация, будет зависеть построение стратегии, тактика поведения на международном рынке и вариативность управленческих решений.

После того как цели экспорта установлены, предприятию необходимо оценить свой экспортный потенциал.

Экспортный потенциал – это способность предприятия производить и поставлять на внешние рынки в необходимом количестве конкурентоспособную продукцию.

У ОАО «Амкодор» уже налажена дилерская сеть в Беларуси, России, Украине, Казахстане и других странах, но необходимо расширять предприятие и диверсифицировать сбыт. Для этого оценим возможности проникновения предприятия на новый рынок, проанализировав его экспортный потенциал и конкурентоспособность.

Экспортный потенциал состоит из четырех основных показателей предприятия: кадровый, финансовый, производственный и рыночный потенциалы.

Так как предприятие уже работает с зарубежными странами, его кадровый потенциал находится на достаточно высоком уровне: высококвалифицированные сотрудники уже обучены и имеют соответствующие инструкции при работе с иностранными предприятиями.

Производственный потенциал также достаточный для того, чтобы производить продукцию высокого качества: оборудование на предприятии либо новое, либо модернизированное и соответствует международным стандартам.

Рыночный потенциал предприятия и его конкурентоспособность на новом рынке стоит рассмотреть подробнее.

Конкурентоспособность продукции на мировом рынке все в большей мере определяется не только качеством продаваемого оборудования и машин, но и составом дополнительных услуг. В состав послепродажного обслуживания зарубежных компаний включаются также доставка машин и ввод их в эксплуатацию, обеспечение технического сервиса в гарантийный и послегарантийный периоды, рассрочка платежа и др.

Российскими предприятиями-конкурентами по отдельным видам продукции являются: АО «Донецкий экскаватор» (завод погрузчиков); ЗАО «Погрузчик», г. Орел (завод погрузчиков), АО «Стройдормаш», г. Калининград (завод катков); Челябинский завод дорожных машин – АО «Лидер» (завод погрузчиков).

АО «Погрузчик» – основной конкурент ОАО «Амкодор» из России. Также серьезными конкурентами являются китайские производители «SDLG» и «XCMG».

Для наглядности составим табл. 1, где сравним технические характеристики основного вида продукции (погрузчиков) и определим, насколько конкурентоспособной является продукция ОАО «Амкодор».

Для сравнения возьмем фронтальный (универсальный) погрузчик «Амкодор 332С4», его китайские аналоги «LIUGONG CLG 836» и «XCMG LW300KH» и российский погрузчик «ПК-27-03».

Таблица 1

### Технические характеристики погрузчиков предприятий-конкурентов

Наименование характеристики	Амкодор 332С4	ПК-27-03	LIUGONG CLG 836	XCMG LW300KH
Грузоподъемность, кг	3400	2700	3000	3000
Вырывное усилие, кг	10500	10400	10197	12000
Номинальная вместимость ковша, м <sup>3</sup>	1,9	1,5	1,8	1,8
Высота выгрузки, мм	2800	2800	2911	2892
Вылет кромки ковша, мм	900	700	1080	1104
Радиус поворота, мм	5600	5680	5670	5925
Масса эксплуатационная, кг	10700	8750	10600	10000

Далее произведем интегральную оценку конкурентоспособности по техническим характеристикам, заранее просчитав важность каждого из показателей (табл. 2).

Таблица 2

### Интегральная оценка конкурентоспособности продукции

Наименование характеристики	Важность характеристики	Интегральная оценка погрузчика Амкодор 332С4			Оценка по важности		
		ПК-27-03	LIUGONG	XCMG	ПК-27-03	LIUGONG	XCMG
Грузоподъемность, кг	0,28	1,259	1,133	1,133	0,35	0,32	0,32
Вырывное усилие, кг	0,12	1,010	1,030	0,875	0,12	0,12	0,11
Номинальная вместимость ковша, м <sup>3</sup>	0,19	1,267	1,056	1,056	0,24	0,20	0,20
Высота выгрузки, мм	0,15	1,000	0,962	0,968	0,15	0,14	0,15
Вылет кромки ковша, мм	0,09	1,286	0,833	0,815	0,12	0,08	0,07
Радиус поворота, мм	0,06	1,014	1,013	1,058	0,06	0,06	0,06
Масса эксплуатационная, кг	0,11	1,223	1,009	1,070	0,13	0,11	0,12
Сумма	1	–	–	–	1,175	1,033	1,023

Как видно из табл. 2, наиболее опасным конкурентом для ОАО «АМКОДОР» является китайская компания «XCMG», далее – компания «SDLG» и на последнем месте российский «Погрузчик».

Погрузчик белорусского производства превзошел конкурентов по многим техническим показателям: грузоподъемность и вместительность ковша больше, чем у всех конкурентов, хорошими показателями являются вырывное усилие и радиус поворота автомобиля.

Также преимуществом перед конкурентами является многолетняя практика конструирования и производства дорожно-строительной техники, хороший технический потенциал и высокие производственные мощности, которые могут позволить удовлетворить потребности нового и привычных рынков сбыта.

Исходя из расчетов и анализа, можно сделать вывод о том, что ОАО «АМКОДОР» способен продвинуть свою продукцию на рынок Узбекистана, так как превосходит предприятия-конкурентов по техническим характеристикам, а также предоставляет доставку машин и послепродажное обслуживание.

Для более подробного анализа необходимо произвести интегральную оценку конкурентоспособности по ценовым характеристикам (стоимость погрузчиков, запасных частей к ним, цена доставки и обслуживания).

Далее необходимо определить сильные и слабые стороны предприятия и самого товара, экспорт которого планируется. Наиболее важными объектами изучения и анализа являются стандарты (наличие международных стандартов НАССР, ISO, международных стандартов аккредитации), факторы, формирующие производственный потенциал, а также особенности товара или услуги, которые могут заинтересовать потребителей на внешнем рынке.

Последним этапом подготовки к разработке экспортной стратегии будет изучение спроса на продукцию в зарубежной стране, тенденций мирового рынка и практики продаж предприятий-конкурентов.

#### Л и т е р а т у р а

1. Разработка и вывод на рынок b2b нового продукта. – Режим доступа: – [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/106076/1/m\\_th\\_k.g.zubkov\\_2021.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/106076/1/m_th_k.g.zubkov_2021.pdf).
2. Фронтальный одноковшовый колесный погрузчик ПК-27-03-00. – Режим доступа: <https://www.waste.ru/modules/equipment/item.php?itemid=138>.
3. Сравнение 3 тонных погрузчиков. – Режим доступа: <https://amkodor-nw.ru/news/sravnenie-3-kh-tonnykh-pogruzchikov-amkodor-i-kitayskikh-sdlg-i-khsmg/>.
4. ОАО «Амкодор» – управляющая компания холдинга». – Режим доступа: <https://amkodor.by/>.
5. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/8816.pdf>.
6. Работа предприятия по выходу на внешний рынок. – Режим доступа: <http://export-ugra.ru/upload/iblock/854/85477affebe1d68b1ca501d5b0274464.pdf>.
7. Основы стратегического менеджмента. – Режим доступа: [https://openu.kz/storage/lessons/2389/osnovy-strategicheskogo-menedzhmenta-poiski-konkuren-tnogo-preimuschestva\\_14\\_lecture.pdf](https://openu.kz/storage/lessons/2389/osnovy-strategicheskogo-menedzhmenta-poiski-konkuren-tnogo-preimuschestva_14_lecture.pdf).