

УДК 334.005.21

РАЗРАБОТКА И ПРИМЕНЕНИЕ ДЕЛОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 103212 Неверовский А.Г.

Научный руководитель – ст.преп. Костюкевич Е.Н.
Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Деловую стратегию можно охарактеризовать как выбранное направление деятельности, функционирование в рамках которого должно привести организацию к достижению стоящих перед ней целей. В стратегическом планировании направление деятельности выбирается обычно по результатам стратегического анализа, проведенного с помощью *матрицы БКГ* и других матриц, а также по результатам *SWOT* анализа предприятия.

В научной работе был рассмотрено предприятие ОАО «МТЗ», его сильные и слабые стороны, возможности по продвижению на рынке и угрозы, стоящие перед предприятием. Также был проведен *SWOT*-анализ и предложены некоторые варианты стратегических решений.

Анализируя конкурентов ОАО «МТЗ» можно выделить такие фирмы как: John Deere (доля мирового рынка тракторов - 16%), Case (8%), New Holland (8%), AGCO (7%), Claas (3%). Их продукция значительно превосходит продукцию ОАО «МТЗ» по качеству и соответствует мировым стандартам, однако по сравнению с другими производителями МТЗ имеет ряд преимуществ, таких как: более низкая цена, простота продукции в эксплуатации и обслуживании, надежность в работе, низкие затраты на проведение технического сервиса.

Так как невысокая цена является одним из наиболее важных конкурентных преимуществ продукции МТЗ, необходимо добиваться снижения себестоимости путем совершенствования технологии, внедрения механизации и автоматизации на всех стадиях производства и удерживать текущую цену на соответствующем уровне.

Эффективными действиями в отношении сбытовой политики могут являться: создание и развитие на рынках сбыта дилерских центров, создание совместных и дочерних предприятий.