

## **СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА НОВЫЕ РЫНКИ СП ОАО «БРЕСТГАЗОАППАРАТ»**

Студентка гр.313715 Жесько М.Ю.,  
кандидат экон. наук, доцент Мелюшин П.В.  
Белорусский национальный технический университет

От качества программ товаропродвижения на внешние рынки зависит объём производства продукции предприятия, её основные характеристики и эффективность экспорта, прибыль. На СП ОАО «Брестгазоаппарат» в данный момент эти два показателя грамотно увязаны, что позволяет рассматривать как вариант расширения, выход на новые рынки, за счёт прибыли получаемой при ведении бизнеса на существующих рынках.

Для предприятия СП ОАО «Брестгазоаппарат» предлагаются следующие общие стратегии:

– Вызов лидеру или расширение производства. Рекомендуется для тех товарных групп, которые способны выдержать жёсткую конкуренцию, имеют большой запас прочности, и находятся на этапе зрелости.

– "Делай сам и развивай". Данная стратегия рекомендуется для товарных групп, которые находятся на этапе роста, причём наблюдается устойчивый рост объёмов продаж и прибыли, что позволяет самостоятельно наращивать объёмы производства.

– "Концентрация на рынке и сокращение активов". Применение стратегии эффективно в случае, если при работе на рынке не планируется ближайшее расширение деятельности для данной товарной группы.

– "Сохранить положение". Стратегия ориентирована главным образом на успешные товарные группы и рынки сбыта.

– "Вступай в альянс". Наиболее рекомендуемая стратегия при выходе на новый рынок, который по своим характеристикам не похож на те, где ведёт свой бизнес предприятие.

– Стратегия «Сбор урожая» рекомендуется в случае, если первоначально предприятие не ставит цель задержать на новом рынке. Предприятие предлагает новый для данного рынка товар, который быстро находит своего потребителя, «собирает урожай» прибыли и уходит с рынка.