

ВЫБОР КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Я. М. ШПАКОВА

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Развитие процессов глобализации в современном мире обусловило ужесточение методов конкурентной борьбы, вследствие чего усиливается необходимость всестороннего исследования проблем, связанных с формированием конкурентоспособности фирм, разработкой стратегий поведения на мировом рынке.

По мнению М. Портера, существуют 3 основные области выработки стратегии фирмы на рынке: лидерство за счет экономии на издержках, стратегия дифференцирования и стратегия концентрации на сегменте. Их можно комбинировать и применять в рамках различных стратегических вариантов деятельности фирмы на мировом рынке.

Рассмотрим ОАО «Могилевлифтмаш», основным видом деятельности которого является выпуск пассажирских, грузовых и специальных лифтов, запасных частей к ним и ТНП. Основными потребителями лифтов являются государственные и коммерческие предприятия, организации, проводящие строительные и монтажные работы в странах СНГ. Одним из основных конкурентных преимуществ «Могилевлифтмаш» является соотношение «цена-качество».

Объем экспорта продукции завода традиционно составляет около 80 % от общего объема реализации. Однако в 2012 г. наблюдалось падение объема экспорта из-за ряда проблем: снизилась ёмкость рынка лифтов из-за кризиса, усилилась конкурентная борьба, активно проводится политика протекционизма по отношению к российским производителям лифтов со стороны стран-импортеров и др.

В настоящее время в целях повышения конкурентоспособности завод развивает новое стратегическое направление – создание сборочных производств на базе своих торгово-сервисных центров. Это направление является весьма привлекательным для предприятия, ведь в этом случае стоимость лифта снижается на 25,5 % по сравнению со стоимостью лифта ОАО завод «Могилевлифтмаш» собственного изготовления, и на 21 % ниже, чем стоимость лифта «МОСОТИС». Ожидаемое увеличение прибыли от реализации может составить 197 005 долларов США.

Таким образом, ОАО завод «Могилевлифтмаш» в качестве основной выбирает стратегию минимизации издержек и в ближайшее время планирует применять её в рамках создания совместных производств с предприятиями Российской Федерации.