**Конюшок О.Ю.**

**РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЫХОДА ОАО «БЕЛКАРД» НА ВНЕШНИЙ РЫНОК ПУТЁМ РАЗРАБОТКИ МЕРОПРИЯТИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ**

**Аннотация статьи на русском языке:** *В статье предложены мероприятия реализации конкурентной стратегии ОАО «Белкард», которые направлены на повышение внешнеэкономического потенциала предприятия.*

**Ключевые слова на русском языке:** *Комплекс мероприятий, конкурентная стратегия, стандарты.*

Открытое акционерное общество «Белкард» (ОАО «Белкард») является действующим предприятием отрасли машиностроения, специализирующимся на выпуске универсальных шарниров, карданных валов и карданных передач, а также амортизаторных стоек, вставных патронов, амортизаторов для легковых автомобилей, амортизаторов сиденья водителей грузовых автомобилей, газовых пружин, тормозных камер для грузовых автомобилей, прицепов и полуприцепов. Кроме указанных автокомпонентов в производственную линейку входят гидравлические телескопические амортизаторы основных подвесок, подвесок кабин и сидений водителя, тормозные камеры и газовые пружины, фланцы агрегатов трансмиссий автомобилей, рулевые тяги для тракторов, шарниры с резиновыми втулками для карьерных самосвалов БелАЗ.

В настоящее время всем внешнеторговым предприятиям представляется особенно важным правильно и эффективно организовывать, постоянно контролировать и регулировать экспортно-импортные операции. Выбранная конкурентная стратегия наступательная бросающая вызов требует проведения мероприятий, которые позволят увеличить конкурентоспособность предприятия учитывая слабые стороны основных конкурентов. Стратегия «бросающего вызов» - это наступление на позиции лидера. В первую очередь определим объект атаки. В нашем случае лидером отрасли является ОАО «Аксайкардандеталь», г. Аксай, ЗАО «Чернигов Автодеталь», г. Чернигов и ТОДО «Грокард», г. Гродно. Именно это предприятия будут объектами атаки ОАО «Белкард» за счёт повышение эффективности экспортных операций.

К основным мероприятиям, реализующие конкурентную стратегию, следует отнести: создание торговых представительств за рубежом; внедрение системы бухгалтерского учета внешне­торговых операций; изучение рынка конкурентов, поставщиков, покупателей и произво­дителей; изучение и заимствование опыта других предприятий данной отрасли. Теперь рассмотрим наиболее важные мероприятия.

Мероприятие №1 - разработка дополнений стандарта «системы менеджмента качества», применяемого на ОАО «Белкард».

Система менеджмента качества ОАО «Белкард» разработана и документирована в соответствии с требованиями СТБ ISO 9001-2009, СТБ ISO/TS 16949-2010, ISO 9001:2008, ISO/TS 16949:2009 с целью удовлетворенности потребителей, а также постоянного улучшения результативности и эффективности деятельности предприятия.

Разработанная система менеджмента качества способствует росту конкурентоспособности выпускаемой продукции, предоставляет заказчику гарантию того, что организация обеспечит соответствие товаров и услуг выдвинутым требованиям и сможет поддерживать качество продукции на заданном уровне, в том числе постоянному улучшению, предупреждению отказов, сокращению потерь в цепи поставок.

В 2019 году в ОАО «Белкард» на основании новых версий национального и международных стандартов СТБ ISO 9001-2015, ISO 9001:2015, IATF 16949:2016 необходима актуализация функционирующей системы менеджмента качества и ряд мероприятий по реализации вышеуказанных стандартов, включая выполнение специфических требований потребителей.

Данная разработка направлена на усиление взаимодействия ОАО «Белкард» и потребителей OEM, а также крупных субъектов ТПС ОАО «Белкард». Данный документ регламентирует следующие обязательства со стороны ОАО «Белкард»: осуществлять учет уровня дефектности поставляемой продукции; осуществлять расчет показателя исполнения заявок потребителей;

Ряд данных мер позволит выявить существующие проблемы при осуществлении реализации продукции на экспорт в адрес крупных организаций – производителей конечной продукции машиностроения.

В свою очередь, данный документ регламентирует следующие обязательства со стороны потребителей OEM:

- предоставление аналитической информации о потребности в готовой продукции в краткосрочной и долгосрочной перспективе, в том числе в номенклатурном разрезе;

- выполнение долгосрочных и краткосрочных заявок на продукцию ОАО «Белкард».

В 2019 году в рамках работ по подтверждению, совершенствованию и развитию СМК ОАО «Белкард» необходимо провести действия:

- разработка программы работ по внедрению и подготовке к сертификации СМК ОАО «Белкард» на соответствие требованиям стандартов СТБ ISO 9001-2015, ISO 9001:2015, IATF 16949:2016;

- приобретение Информационно-поисковая система (ИПС 3.0): ИПС  – это система, обеспечивающая поиск и отбор необходимых данных в специальной базе с описаниями источников информации (индексе) на основе информационно-поискового языка и соответствующих правил поиска. Данная система позволяет: контекстный, расширенный и тематический поиск; просмотр и печать документов; уведомления об изменениях документов; подключение текстов документов предприятия.

- в 2019 году планируется участие в конкурсах на соискание премии Гродненского облисполкома и Правительства за достижения в области качества в 2018 году.

Мероприятие - № 2. Одним из способов привлечения иностранных партнеров, а, соответственно, и повышения эффективности внешнеэкономической деятельности может стать публикация информации о предприятии в журнале «Export of Belarus». Названный рекламно-информационный журнал, предназначенный для представления экспортного потенциала белорусских организаций и республики в целом на рынках зарубежных государств. Данную услугу предоставляет «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» Министерства иностранных дел Республики Беларусь, филиалы которого расположены во всех областных центрах страны. Размещение информации в журнале «Export of Belarus» является простым и надежным способом максимально эффективно донести информацию о предприятии и предлагаемых им товарах до целевых потребителей в любой точке мира. Каждый выпуск журнала приурочен к участию Беларуси в крупных экономических мероприятиях за рубежом (выставках, форумах и т. п.). Издаются также отраслевые и региональные выпуски. Журнал распространяется на международных выставках, бизнес-форумах и деловых мероприятиях в Беларуси и за рубежом, через белорусские загранучреждения, размещается на Интернет-ресурсах Национального центра маркетинга и конъюнктуры цен и его партнеров.

Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен может предоставлять услуги по информированию о потенциальных направлениях развития внешнеэкономической деятельности в отдельных странах и регионах с учетом интересов заказчика и по его запросу, а также информирование об организуемых мероприятиях (бизнес-миссиях и визитах мониторинговых групп за рубеж, деловых переговорах, визитах зарубежных делегаций в Республику Беларусь, участии в зарубежных выставках, конференциях, форумах и др.).

Мероприятие - №3. Наличие качественного, современного, наполненного актуальной информацией сайта является одним из направлений повышения эффективности внешнеэкономической деятельности. Зарубежный партнер должен иметь возможность найти всю интересующую его информацию: полный перечень производимых товаров (желательно с графическим сопровождением), актуальный прайс-лист, контактная информация, возможность выбора языка. Официальный сайт ОАО «Белкард» имеет ряд недоработок и требует усовершенствования исходя из современных требований рынка. Для этого требуется квалифицированный специалист в сфере информационных технологий или использование услуг специализированных организаций, предоставляющих услуги по разработке и обслуживанию сайтов.

Наличие грамотно разработанного сайта, согласно маркетинговым исследованиям на 35% увеличивает доходность компании, а также делает ее престижней и заметней на фоне конкурентов.

Сайту предприятия ОАО «Белкард» необходимы: информационное сопровождение, которое включает в себя работу с новостями, управление всеми разделами, которые видит посетитель, управление товарами и многое другое; техническая поддержка, которая включает такие немаловажные аспекты, как разработка нового функционала (онлайн формы заказа, голосования и многое другое), доработку существующего функционала (добавление комментариев к новостям, рейтингов к товарам и так далее).

В целях планомерного снижения потерь от брака предлагается реализовать ряд следующих мероприятий

* провести комплекс мероприятий по внедрению сервисной сети по техническому обслуживанию выпускаемой продукции в деятельность предприятия;
* внедрение и распространение процедуры одобрения поставщиков (PPAP) с применением разработанного руководства по обеспечению качества для поставщиков;
* повышение квалификации персонала (обучение через практику (участие в проектах, стажировки в других филиалах холдинга «Автокопоненты»); обучение через тренинги и семинары);
* выплата премий за работу без брака;
* тщательный выбор поставщиков сырья.

Методы стимулирования сбыта:

1. Ввести отсрочку платежей для крупных потребителей с хорошей историей сотрудничества и отсутствием долгов и просроченных задолженностей. Единственные потребители из Республики Беларусь, кому может быть позволена отсрочка платежа – это крупные конвейерные машиностроительные предприятия.
2. Необходимо развивать дилерской сети, потому что она характеризуется стабильным объемом закупаемой продукции, гарантированным поступлением денежных средств и ростом показателей реализации. Отметим, что на предприятии ОАО «Белкард» уже существует статус дилерства.

3 )Так как конкуренция среди поставщиков узлов и деталей очень высокая, ОАО «Белкард» должны снабжать конвейеры не китайские и даже не турецкие производители, а заводы, расположенные в Европе. Также предприятие должно рассматривать возможности работы на западном рынке. С этой целью сейчас ОАО «Белкард» приспосабливаем свои конструкции к европейским типоразмерам. Интересно, что размеры деталей, выпускаемых по советским ГОСТам, которые до сих пор закладываются в конструкции автомобилей, изготавливаемых в СНГ, отличаются от западных стандартов в сторону увеличения. Например, если у ОАО «Белкард» диаметр подшипника 50 мм, то на европейских машинах - 47. И когда предприятие начинает приводить размеры в соответствие со стандартами, применяемыми в мире, оно получает экономию металла без ухудшения механических характеристик.

Таким образом, приведенный комплекс мероприятий о двум выбранным конкурентным стратегиям позволят усовершенствовать процессы расширение рынков сбыта, снизить себестоимость продукции и риски недополучение прибыли, а также повысить конкурентоспособность ОАО «Белкард» как в долгосрочной так и в краткосрочной перспективе.

**Библиографический список на русском языке**

Брант, В. Совершенствование управления – основа повышения конкурентоспособности организации / В. Брант // Стандарты и качество. – 2018. – № 8. – С. 18–35.

Дилеры ОАО «Белкард» [Электронный ресурс] / Официальный сайт ОАО «Белкард». – Гродно, 2019. – Режим доступа: <http://www.belcard-grodno.com/index.php/ru/sotrudnichestvo/diler>. – Дата доступа: 10.06.2019.

Нехорошева, Л.Н. Экономика предприятия: учеб. пособие / Л.Н. Нехорошева. – З-е изд. – Минск: Высш. шк., 2005. – 383 с.

Фляйшер, К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе: учебник / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан. – М. : Бином Лаборатория знаний, 2005. – 544 с.

**Информация об авторе (-ах) на русском языке**

Конюшок Ольга Юрьевна (Беларусь, Гродно) – студентка, УО «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы ([ул. Ожешко, 22, Гродно](https://yandex.by/maps/?text=%D0%B3%D1%80%D0%B3%D1%83%20%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8%20%D1%8F%20%D0%BA%D1%83%D0%BF%D0%B0%D0%BB%D1%8B%20%D0%B0%D0%B4%D1%80%D0%B5%D1%81&source=wizbiz_new_map_single&z=14&ll=23.840144%2C53.684974&sctx=ZAAAAAgBEAAaKAoSCSaOPBBZ1DdAEfvL7snD1kpAEhIJnKOOjquR0T8R0NVW7C%2B7wz8iBQABAgQFKAAwATik9tbd64%%3D%3D&ol=biz&oid=1038749843),olgakonjshok@mail.ru)

**Konyushok O. Y.**

**SOLVING THE PROBLEM JSC «BELCARD» OF ENTERING THE FOREIGN MARKET BY DEVELOPING MEASURES TO IMPLEMENT A COMPETITIVE STRATEGY**

**Аннотация статьи на английском языке:** *The article suggests measures for the implementation of the competitive strategy JSC «Belcard», which are aimed at increasing the foreign economic potential of the enterprise.*

**Ключевые слова на английском языке:** *Complex of measures, competitive strategy, standards.*

**Информация об авторе (-ах) на английском языке**

Konyushok Olga Yurievna (Belarus,Grodno) – student Yanka Kupala State University of Grodno ( str. Ozheshko, 22, Grodno, [olgakonjshok@mail.ru](mailto:olgakonjshok@mail.ru))

**Библиографический список на русском языке**

Brant, V. Improving management is the basis for improving the competitiveness of an organization / V. Brant // Standards and Quality. - 2018. - № 8. - P. 18–35.

Dealers JSC "Belcard" [Electronic resource] / Official site JSC "Belcard". - Grodno, 2019. - Mode of access: http://www.belcard-grodno.com/index.php/ru/sotrudnichestvo/diler. - Access date: 06/10/2019.

Nekhorosheva, L.N. Economics of Enterprise: studies. allowance / L.N. Nekhorosheva. - Weed. - Minsk: Higher. school., 2005. - 383 p.

Fleischer, K. Strategic and competitive analysis. Methods and means of competitive analysis in business: a textbook / K. Fleischer, B. Bensoussan. - M.: Binom Laboratory of Knowledge, 2005. - 544 p.