

Однако необходимо отметить, что искусственный интеллект не является панацеей и не заменяет человеческого опыта и экспертизы. Человеческий фактор все еще остается важным при принятии ключевых решений и оценке контекста, который может быть упущен ИИ. Поэтому важно использовать ИИ как инструмент для помощи и поддержки, а не полагаться только на его рекомендации.

В будущем с развитием технологий искусственного интеллекта ожидается еще большее проникновение ИИ в сферу написания бизнес-проектов. Большая доступность искусственного интеллекта, его непрерывное обучение на основе новых данных и опыта позволят сделать его еще более эффективным и полезным инструментом для предпринимателей и бизнесменов.

В целом, использование искусственного интеллекта при написании бизнес-проектов предоставляет значительные преимущества, такие как повышение эффективности, точности и автоматизация процессов. Это делает ИИ ценным союзником для предпринимателей и помогает им достичь успеха в реализации своих бизнес-идей.

Литература

1 Бизнес-проекты [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://finswin.com/projects/osnovnye/biznes-proekt.html>. – Дата доступа: 05.12.2023.

2 Топ-10 нейросетей для студентов и школьников [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.asiaplustj.info/ru/news/tajikistan/society/20230514/top-10-neirosetei-dlya-uchebi-studentam-i-shkolnikam>. – Дата доступа: 06.12.2023.

3 Как ИИ может помочь при написании бизнес-проекта [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://www.perplexity.ai/search/9jhXuhgPTPqtXDlMrie3eA?s=u>. – Дата доступа: 07.12.2023.

УДК 004.832.28

Н. А. Дорогань

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОАО «ГОМСЕЛЬМАШ»

Статья представляет собой обзор текущего состояния и перспектив развития одного из крупнейших производителей сельскохозяйственной техники в Беларуси. В статье освещаются основные стратегические направления организации, развитие новых продуктов, расширение географии сбыта и усиление маркетинговой стратегии. Автор статьи анализирует текущую конкурентную ситуацию на рынке сельскохозяйственной техники и предлагает стратегические подходы к улучшению позиций общества на мировом рынке.

Вопросы формирования и реализации стратегии развития любой организации, заинтересованной в долгосрочном присутствии на том или ином рынке, становятся все более актуальными на фоне усиления конкурентной борьбы за потребителя. От правильно выбранной и реализованной стратегии зависят в конечном итоге результаты финансово-хозяйственной деятельности организации, ее положение на рынке, перспективы развития, деловая активность, имидж [1]. Соответственно, возникает необходимость исследования вопросов выбора, оценки, анализа и совершенствования стратегии как на теоретическом уровне, так и на уровне управления организацией. Это позволяет в дальнейшем корректировать саму стратегию применительно к меняющейся внутренней и внешней

среде, правильно выбирать целевые ориентиры, использовать различные методики для ее выбора и совершенствования [2, с. 94].

ОАО «Гомсельмаш» зарегистрировано решением Гомельского городского исполнительного комитета 17 января 2014 года в Едином государственном регистре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей Республики Беларусь с регистрационным номером 400051757. Предметом деятельности ОАО «Гомсельмаш», в соответствии с положениями его устава, является:

- производство и сбыт зерноуборочных и кормоуборочных комбайнов, прицепных специализированных емкостей и других сельскохозяйственных машин, запасных частей, товаров народного потребления;

- выполнение конструкторских и проектно-технологических работ;

- выполнение строительных работ;

- осуществление внешнеэкономической торгово-закупочной деятельности;

- оказание платных услуг и др.

ОАО «Гомсельмаш» – многопрофильный производитель, выпускающий технологически взаимосвязанный ряд машин для возделывания и уборки основных сельскохозяйственных культур по современным аграрным технологиям: комбайны и комплексы для уборки зерновых культур, кукурузы на зерно, рапса, кормовых культур, картофеля, льна; косилки, машины для комплексной обработки почвы. Общество является основным поставщиком зерноуборочных и кормоуборочных машин, рынком сбыта которых значатся страны СНГ. Основным потребителем продукции организации считаются сельскохозяйственные организации Республики Беларусь, Российской Федерации и Казахстана. Организация ставит основную задачу обновления и насыщения парка сельскохозяйственной техники производителей сельскохозяйственной продукции, повышения производительности труда и обеспечения продовольственной безопасности страны.

Стратегическое направление деятельности ОАО «Гомсельмаш» на внешних рынках представляет собой повышение конкурентоспособности и увеличение объемов экспортных поставок продукции.

С целью расширения рынков сбыта сельскохозяйственной техники ОАО «Гомсельмаш» постоянно проводит работу по созданию собственных субъектов товаропроводящей сети с белорусскими инвестициями, расположенных за рубежом. Так, в 2005 году в г. Брянске (Российская Федерация) было создано совместное белорусско-российское общество «Брянксельмаш», в 2009 году – совместное белорусско-китайское общество «Харбин Дон Цзин Гомель предприятие сельскохозяйственного машиностроения» (провинции Хэйлуцзянь, г. Харбин, Китай), в 2011 году – совместное белорусско-украинское общество «МТЗ-Беларус-Украина» (Николаевская область, Украина), в 2015 году – совместное белорусско-китайское общество «Чунцинское предприятие сельхозмашиностроения Цзуншень-Гомель» (провинции Ганьсу и Хэбэй, Китай), в 2016 году – совместное предприятие ТОО «КазБелМаш» (Казахстан). Работают филиалы ОАО «Гомсельмаш» в Аргентине и Чехии.

Факторы внешней среды, изученные с помощью PEST-анализа, оцененные руководством организации с точки зрения их весомости во влиянии на перспективы развития ОАО «Гомсельмаш», на продажи и прибыль компании, представлены в таблице 1.

По данным таблицы 1 можно отметить, что в связи с отмеченным снижением спроса на внутреннем рынке республики ввиду, с одной стороны, насыщения рынка продукцией ОАО «Гомсельмаш» и, с другой стороны, финансовыми сложностями сельскохозяйственных организаций (основных потребителей рыночного сегмента компании) возникает значительная вероятность финансовых потерь, обусловленная уменьшением объемов производства и реализации продукции, а также действиями поставщиков.

Таблица 1 – Сводная таблица PEST-анализа ОАО «Гомсельмаш»

Политические		Экономические	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
1 Ввод ограничений на ввоз импортного сырья	4,0	1 Сокращение спроса на сельскохозяйственную технику на внутреннем рынке	5,0
2 Изменения в таможенном законодательстве, вероятность повышения пошлин, таможенных сборов	3,0	2 Дополнительные возможности экспорта в Российскую Федерацию, Казахстан, страны Африки	4,0
3 Поддержка инновационных предприятий	2,0	3 Снижение конкурентоспособности (по качеству и цене)	3,0
Социально-культурные		Технологические	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
1 Проблемы с обеспеченностью компании персоналом	4,0	1 Модернизация оборудования приводит к росту кредитов и кредиторской задолженности	4,0
2 Необходимый уровень квалификации и образования персонала	4,0	2 Разработка новых образцов и запуск массового производства ряда сельскохозяйственных машин с техническими характеристиками, учитывающих специфические условия уборки в различных регионах и аграрные технологии	3,0
3 Рост требований заказчиков к качеству сельскохозяйственной техники	2,0	3 Тренд на ресурсосберегающие технологии	2,0

Результаты анализа позволяют сделать вывод, что даже негативно влияющие на работу ОАО «Гомсельмаш» факторы можно нейтрализовать или снизить их отрицательное влияние с помощью ряда определенных мероприятий и инструментов. Данные преобразования помогут не только минимизировать потенциальные затраты, но и увеличить будущие доходы, посредством эффективного реагирования на изменяющуюся среду.

Основными задачами модернизации производственных мощностей являются:

- сохранение, стабилизация и улучшение качества, работоспособности и надежности выпускаемой техники;
- снижение затрат на производство выпускаемых машин (нормы расхода материалов, рост производительности);
- создание условий для ускоренной модернизации выпускаемой техники и подготовки производства новых разработок с минимальными затратами;
- сокращение потребности в средствах технологического оснащения при подготовке производства новых и модернизации выпускаемых машин, что приведет к снижению затрат на содержание и ремонт технологической оснастки и оборудования;
- ускорение проектно-технологических работ при проведении подготовки производства новых машин и модернизации существующих;
- улучшение экологической обстановки;
- обновление активной части основных средств;

- выполнение энергосберегающих мероприятий и выполнения предписаний служб надзора в энергетических и природоохранных системах холдинга;
- возможность производства машин, запланированных в «Стратегии развития холдинга «Гомсельмаш» на кратко-, средне- и долгосрочную перспективу».

В результате реализации проекта по модернизации производственных мощностей будет осуществлен перевод существующего производства на новую технологическую базу, соответствующую мировому уровню технологий мелкосерийного многономенклатурного производства.

Подводя итоги аналитическим исследованиям, в отношении стратегии ОАО «Гомсельмаш» следует заключить:

- ОАО «Гомсельмаш» – ведущий производитель Республики Беларусь сельскохозяйственной самоходной техники, в том числе зерноуборочных и кормоуборочных комбайнов;
- стратегия производства и продвижения продукции ОАО «Гомсельмаш» – диверсификация рынков сбыта, рост конкурентоспособности продукции, повышение её качества и наращивание экспортного потенциала. Выход на внешние рынки, где присутствуют другие производители сельскохозяйственной техники, затруднен с позиций ограничения сотрудничества республики со многими странами или присутствием конкурентной продукции;
- стратегия ОАО «Гомсельмаш» формируется на основе анализа внешней и внутренней среды, оценки сильных и слабых сторон компании, а также угроз рынка и предоставляемых им возможностей.

Основная задача при определении внутренних и внешних факторов развития бизнеса, заключается в реальной оценке производственно-ресурсного потенциала, которыми располагает компания, а также в выявлении возможностей расширения связей с контрагентами в целях обеспечения устойчивого развития [3, с. 135].

Стремясь к реализации стратегии роста, надо выбирать в условиях относительно неблагоприятной внешней среды (при её также положительном воздействии) стратегию умеренного роста. Дополнительное конкурентное преимущество можно приобрести за счет сокращения затрат, обновления предложений в области новых моделей сельскохозяйственной техники, поддержанию высокого качества производимой продукции [4, с. 39].

Таким образом, стратегическая цель организации – удержать позиции на внутреннем рынке Республики Беларусь и увеличить свое присутствие на рынках. Данная цель достигается даже в условиях формирования чистого убытка общества, что обеспечивается государственной поддержкой и усилиями менеджмента самой организации. Положительные оценки сельскохозяйственной техники со стороны потребителей и заказчиков свидетельствуют о том, что ОАО «Гомсельмаш» верно следует своей формуле успеха и обеспечивает достижение стратегической цели по удержанию лидирующих позиций на рынке Республики Беларусь.

Литература

- 1 Ансофф, И. Стратегическое управление [Электронный ресурс] / И. Ансофф. – 2024. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4155/4179>. – Дата доступа: 14.03.2024.
- 2 Есакова, Е. К. Модель оценки эффективности стратегии промышленного предприятия / Е. К. Есакова // Инновационная наука. – 2020. – № 6. – С. 93–96.
- 3 Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент : курс лекций / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – Новосибирск : Сиб. соглашение, 2020. – 288 с.
- 4 Лапа, Е. А. К вопросу о понятии и сущности стратегий развития компании / Е. А. Лапа // Менеджмент и маркетинг. – 2021. – № 2. – С. 37–45.