

УДК 338.242:005.216.1

К. А. Ковалёва

РЫНОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

В статье обоснована необходимость повышения эффективности рыночной стратегии организации. Рассмотрены различные стратегии развития рынка. Автором выявлены основные негативные тенденции рыночной стратегии Гомельского филиала

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ

Гомельского ОблПО. Рассмотрены некоторые направления повышения эффективности рыночной стратегии данной организации, представлены результаты расчета экономической эффективности предложенных мероприятий.

Увеличение розничного товарооборота и увеличение доли рынка являются основными факторами повышения эффективности рыночной стратегии. Увеличение розничного товарооборота Гомельского филиала Гомельского ОблПО в 2018 году свидетельствует о том, что филиал может конкурировать с другими предприятиями, магазинами и организациями, которые представляют сходную продукцию, аналогичные товары и услуги. Но с учетом результатов деятельности конкурентов Гомельскому филиалу Гомельского ОблПО следует искать резервы повышения своей конкурентоспособности. Конкурентоспособность организации торговли включает соответствие ассортимента товаров, услуг и их качества запросам покупателей, поиск преимуществ по отношению к конкурентам, наличие конкурентного потенциала с сохранением этого преимущества в течение длительного периода. Лидерами рынка принято называть организации, которые способны оказывать влияние на конъюнктуру рынка со стороны предложения товара.

У Гомельского филиала Гомельского ОблПО много конкурентов, поэтому необходимо применить не только одну стратегию развития рынка, а рассмотреть и другие [1]:

- стратегию развития продукта – продажу новых товаров на имеющихся рынках не новым потребителям. При такой стратегии интенсивного роста покупателям уже знакомы основные товары организации. Имидж бренда или организации уже сформирован;
- стратегию диверсифицированного роста – продажу новых товаров на новых рынках. Это самая рискованная из рассматриваемых стратегий.

Диверсификация – это процесс, который связан с увеличением количества видов и наименований товаров, которые предназначены для реализации на рынках, а также новых видов работ и услуг, которые организация раньше не могла осуществлять, т. к. отсутствовали необходимые условия (нет лицензии, не хватает средств для закупки основных видов ресурсов, квалификационный уровень рабочей силы является недостаточным, отсутствуют необходимые нематериальные активы). Она направлена на изменение ассортимента и номенклатуры реализуемой продукции, повышение ее качества и роста конкурентоспособности с учетом спроса на рынках, что способствует повышению эффективности деятельности организации, ее платежеспособности, является важнейшим условием экономического роста организации;

- стратегию проникновения на рынок, которая относится к стратегиям концентрированного роста и рекомендуется в случае, когда рынок является быстрорастущим и еще не насыщен. Используя стратегию проникновения на рынок, компания продолжает работать с существующим товаром на существующих рынках. Суть стратегии проникновения – максимально быстро расширить присутствие и сбыт существующих товаров организации на рынке (рисунок 1).

		Описание продукта	
		существующий продукт	новый продукт
Описание рынка	существующий рынок	стратегия проникновения	стратегия развития продукта
	новый рынок	стратегия развития рынка	стратегия диверсификации

Рисунок 1 – Стратегии развития рынка

Выявленные негативные тенденции рыночной стратегии Гомельского филиала Гомельского ОблПО обобщим на рисунке 2.

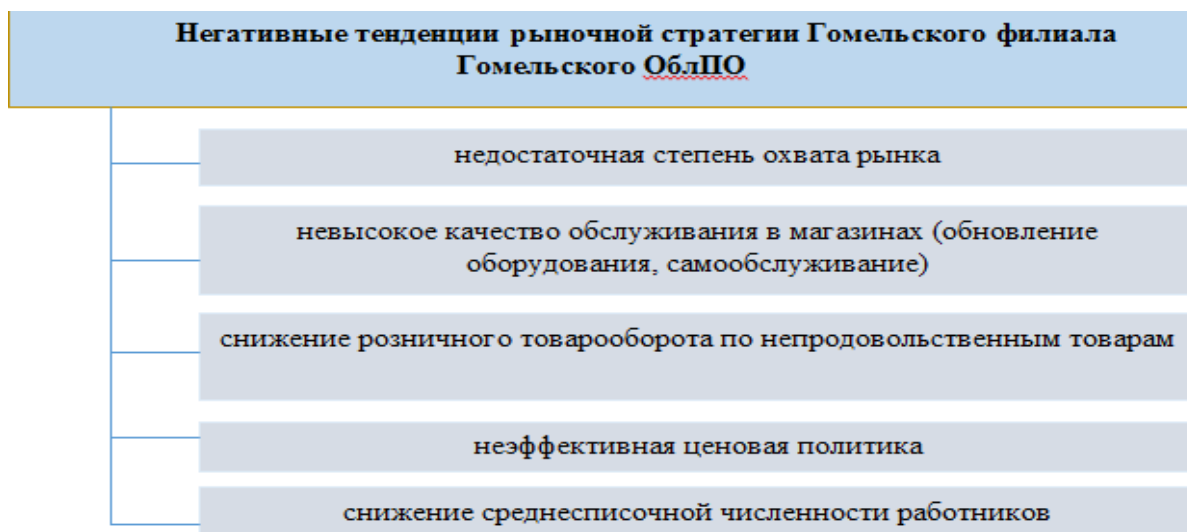


Рисунок 2 – Негативные тенденции рыночной стратегии Гомельского филиала Гомельского ОблПО

Рассмотрим приведенные на рисунке 2 тенденции подробнее.

Для повышения эффективности рыночной стратегии необходимо поработать над выявленными недостатками в работе Гомельского филиала Гомельского ОблПО необходимо:

- увеличить количество автомагазинов и расширить территорию объезда автомагазинов, увеличить количество заказываемого товара, который пользуется спросом у сельского населения. Это позволит увеличить степень охвата рынка;
- повысить качество обслуживания покупателей. Следует переоборудовать магазины для работы по методу самообслуживания. Подобные торговые организации предоставляют большую самостоятельность покупателям в процессе выбора товаров и создают для них максимальные удобства в процессе ознакомления, отпуска и расчетных операций;
- увеличить долю непродовольственных товаров в магазинах, а именно увеличить ассортимент и количество заказываемых непродовольственных товаров;
- пересмотреть ценовую политику. Установить на свои товары такие цены и так изменять их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы овладеть определенной долей рынка, получить намеченный объем продаж, своевременно отреагировать на действие неконтролируемых параметров рыночной среды;
- повысить квалификацию специалистов маркетингового отдела для оптимизации ценовой и ассортиментной политики;
- создать корпоративную культуру в организации (необходимо стремиться, чтобы ценности Гомельского филиала Гомельского ОблПО стали неотъемлемой частью не только управленцев, но и всех служащих). Корпоративная культура поможет сформировать производственный климат и корпоративный дух, которые будут способствовать выполнению поставленных задач и вносить свой вклад в достижение успеха. Сильная корпоративная культура и ее тесная связь со стратегией Гомельского филиала Гомельского ОблПО станут мощными рычагами управления персоналом с целью улучшения его работы.

Гомельскому филиалу Гомельского ОблПО могут быть рекомендованы следующие мероприятия, которые позволят ему увеличить объем товарооборота, что приведет к повышению эффективности рыночной стратегии организации (рисунок 3):

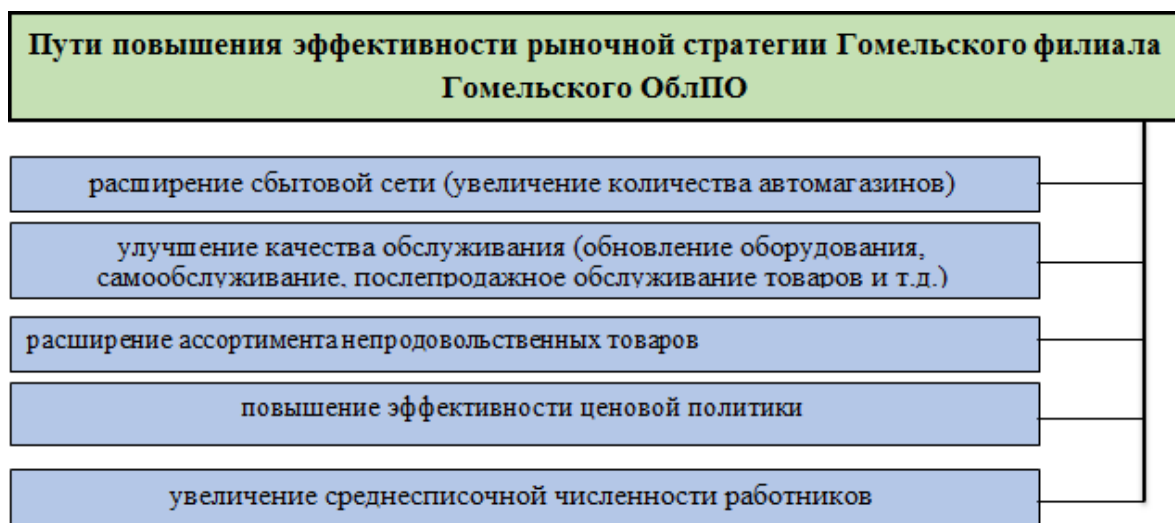


Рисунок 3 – Пути повышения эффективности рыночной стратегии Гомельского филиала Гомельского ОблПО

Таким образом, обобщая в таблице 1 проведенные нами расчеты, можно сделать вывод, что благодаря предлагаемым мероприятиям планируется увеличение выручки от реализации на сумму чуть более 678 тыс. руб., экономический эффект составит почти 42 тыс. руб.

Таблица 1 – Расчет суммарного эффекта предлагаемых мероприятий

Мероприятие	Прогнозируемый эффект, тыс. руб.
Увеличение количества автолавок	4,34
Переход магазинов к работе методом самообслуживания	34,155
Расширение ассортимента реализуемых непродовольственных товаров	3,42
Повышение квалификации и компетентности специалистов маркетингового отдела	3,28
Всего	41,915

Реализация руководством Гомельского филиала Гомельского ОблПО данных мероприятий позволит увеличить выручку и прибыль, увеличить производительность труда, повысить конкурентоспособность Гомельского филиала Гомельского ОблПО на рынке, а, следовательно, и повысить эффективность рыночной стратегии организации.

Литература

1 ЕКАМ товароучетная система [Электронный ресурс] / Официальный сайт ООО «ЕКАМ сервис». – Москва, 2020. – Режим доступа : <https://www.ekam.ru/>. – Дата доступа : 18.03.2020.