

Родионова Е.В., Мухина Ю.Н.

Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
 602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23
 E-mail: rod_elen@mail.ru
 mkhna23@gmail.com

Конкурентный анализ и его влияние на разработку маркетинговой стратегии торговой организации

Конкурентный анализ представляет собой анализ конкурентной ситуации и оценку степени конкурентных преимуществ, как самого предприятия, так и его соперников на рынке [1].

ООО Торговый дом «Гранд» коммерческая организация, занимающаяся продажей мебели в Нижегородской области.

Основными конкурентами являются магазин розничной сети «Много мебели», торговые дома «Вестхол», «Любимый дом», «Мебель плюс» и «Мебельный рай». (см. таблица 1)

Таблица 1 – Характеристика основных конкурентов ООО Торговый дом «Гранд»

Конкуренты	Обозначение	Доля рынка, %	Темп роста, %
«Много мебели»	A	41	33
«Вестхол»	B	35	20
«Любимый дом»	C	27	15
«Мебель плюс»	D	17	9
«Мебельный рай»	E	11	3

По данным, представленным в таблице 1, построим карту конкурентов ООО Торгового дома «Гранд».

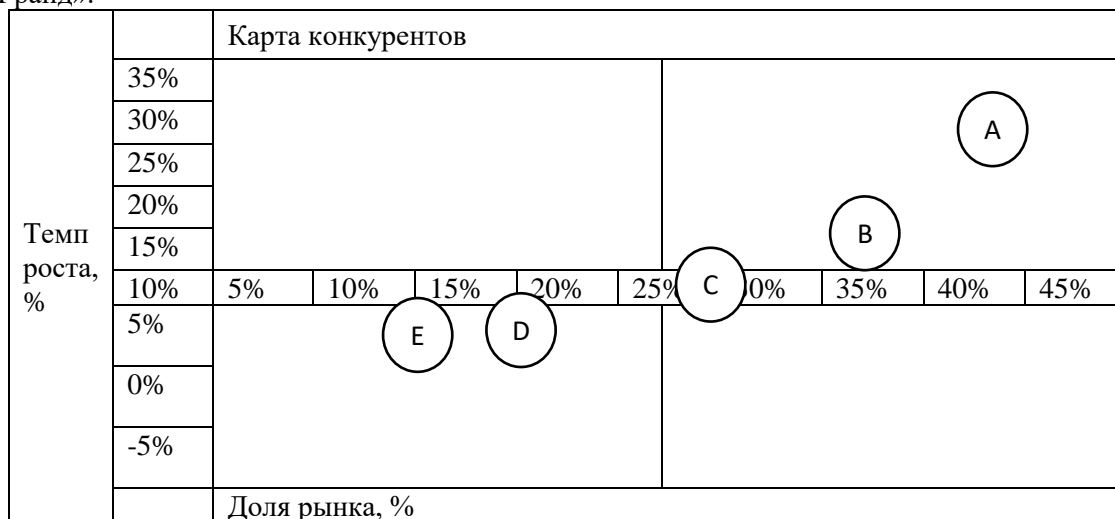


Рис. 1 – Карта основных конкурентов ООО Торговый дом «Гранд»

Наибольшую долю рынка мебели занимает магазин «Много мебели». На одном уровне находятся магазины «Вестхол», «Любимый дом» и «Мебель плюс». Наименее известной организацией по продаже мебели является «Мебельный рай».

Согласно общей конкурентной матрице М. Портера конкурентное преимущество предприятия на рынке может быть обеспечено тремя основными путями: лидерством в издержках, диверсификацией и фокусированием [3].

При выборе одной из 3-х стратегий для ООО Торговый дом «Гранд», входящих в матрицу М. Портера, можно воспользоваться тест-таблицей, составленной немецким ученым Хорстом Вильдеманом (см.таблицу 2).

Таблица 2 – тест – таблица Х. Вильдемана для ООО Торговый дом «Гранд»

Факторы		Значение фактора при различных типах стратегии		
		Лидерство в издержках	Дифференциация	Фокусирования
Особенности и рынка	Разнообразие продуктов	Среднее	Большое	Среднее
	Большой размер рынка	Большое	Среднее	Малое
	Темп роста рынка	Большое	Среднее	Среднее
	Изменчивость спроса	Среднее	Большое	Среднее
Значение важных факторов конкурентоспособности	Издержки	Большое	Среднее	Малое
	Сервис	Среднее	Среднее	Большое
	Качество	Большое	Среднее	Среднее
	Гибкость	Малое	Среднее	Большое
	Нововведения	Малое	Большое	Малое

Тест Х. Вильдемана, проведенный для ООО Торговый дом «Гранд», показывает, что лидерство в издержках наименее подходит для организации т.к. для снижения издержек потребуется заключение договоров с поставщиками мебельных товаров с наименьшими ценами закупки. Это приведет к снижению качества мебели, реализуемой ООО Торговый дом «Гранд». Стратегия дифференциации потребует затрат на создание нового продукта и исследование рынка. Организации целесообразно применить стратегию фокусирования, т.е. сосредоточить все свои усилия на продвижении мебельных товаров в Нижегородской области.

SWOT-анализ показывает, что сильными сторонами торгового дома являются: налаженные каналы сбыта, хорошая торговая репутация, наличие наружной рекламы и разработанная система скидок и акций. Возможности организации - увеличение покупательной способности населения, увеличение количества предпринимательских услуг, продвижение товара на рынок.

Изучение конкурентов позволяет обнаружить риски, которые следует учитывать в деятельности организации. Понимая поведение конкурента, можно оценить позицию фирмы на рынке, лучше узнать своих покупателей, а также разработать эффективную маркетинговую стратегию развития организации в целом.

Литература

1. Галицкий, Е.Б. Маркетинговые исследования. теория и практика 2-е изд., пер. и доп. учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 570 с.
2. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 216 с.
3. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Р.Г. Мумладзе, В.С. Парамонов, Н.И. Литвина. — Москва :Русайнс, 2016.