

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ

Л.М. Капустина, д-р экон. наук, проф.

С.В. Стариков, аспирант

*Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург,
Российская Федерация*

В статье рассмотрены вопросы управления конкурентоспособностью компании на рынке оптовой торговли. Определены сильные и слабые стороны ООО «АЛЬФА СПИРИТС», дистрибьютора алкогольной продукции на высококонкурентном рынке Уральского федерального округа. Проанализировано влияние факторов внешней среды на конкурентные позиции торговой компании с использованием SWOT-анализа. Определены сильные стороны торговой компании: широкий ассортимент, надежные поставщики, большой круг лояльных клиентов. Дана экспертная балльная оценка показателей конкурентоспособности компании в сравнении с основными конкурентами. Отмечено отставание от конкурентов по продвижению торговой компании в сети Интернет, по удобству навигации на сайте компании, стимулированию сбыта в местах продажи. Предложены направления повышения конкурентоспособности ООО «АЛЬФА СПИРИТС»: дисконтно-бонусная система на базе 1С, продвижение компании в социальных медиа, SEO-оптимизация сайта.

Ключевые слова: конкурентоспособность, управление, оптовая торговля, конкурентные преимущества, рынок алкогольной продукции.

Научные проблемы конкуренции, конкурентоспособности и конкурентных преимуществ традиционно находятся в ряду наиболее актуальных в экономических исследованиях и в практической деятельности предприятий всех отраслей и форм собственности. В современных динамично меняющихся условиях маркетинговой среды и нарастающей конкуренции компании сталкиваются с проблемой управления конкурентоспособностью. Организации, которые своевременно и гибко адаптируются к изменениям потребительских предпочтений становятся победителями на рынке.

Как известно, конкурентоспособность организации выступает комплексной характеристикой ее «...способности к самосохранению и саморазвитию под воздействием факторов внешней среды...» [1, с. 3]. Можно определить управление конкурентоспособностью как процесс эффективного использования конкурентных преимуществ компании, выявления и создания потенциально уникальных сильных сторон, отличающих организацию, ее продукты и бизнес-процессы от конкурентов. Стоит заметить, что управление конкурентоспособностью требует комплексного подхода, который включает анализ внутренней и внешней среды компании, выявление конкурентов, оценку показателей, характеризующих конкурентные позиции фирмы на рынке определенного товара, позиционирование ее преимуществ относительно других поставщиков.

Можно согласиться с мнением Деминой Н.В. и Чистовой М.В., что «... управление конкурентоспособностью заключается в том, чтобы изменять факторы конкурентоспособности

организации торговли с помощью управляющих воздействий для достижения поставленных целей в условиях перманентных изменений, происходящих во внешней среде...» [2, с. 66]. При этом для торговых компаний имеются специфические конкурентные преимущества, которые приходится учитывать при разработке конкурентной стратегии. Для торговой компании важно территориальное размещение, удобное для поставщиков и покупателей. В частности, в современный период складские помещения располагаются, как правило, в промышленных зонах и логистических хабах, а офисы компаний – в центральных районах населенных пунктов с приемлемой арендной платой [3, с. 4]. Конкурентные преимущества торговых компаний помимо отмеченного включают такие критерии как: ассортимент, сроки поставки, надежность, гибкие системы оплаты, информативность официального сайта, возможность онлайн заказов и др.

Цель исследования заключается в разработке управленческих решений для повышения конкурентоспособности ООО «АЛЬФА СПИРИТС», дистрибьютора алкогольной продукции на высококонкурентном рынке Уральского федерального округа (УрФО).

Для оценки текущего положения компании и выявления ее уникальных особенностей, ресурсов, которые могут эффективно использоваться в управлении конкурентоспособностью, проведен SWOT-анализ ООО «АЛЬФА СПИРИТС». К сильным сторонам торговой компании отнесены: широкий ассортимент алкогольных напитков, хорошая репутация у поставщиков, с которыми налажены долгосрочные контакты. Также конкурентным преимуществом можно считать наличие собственной логистической инфраструктуры для оперативной доставки товара. Немаловажное значение имеет большая клиентская база, сформированная за почти два десятилетия продаж в УрФО. Слабые стороны ООО «АЛЬФА СПИРИТС» относительно основных конкурентов определены как отставание по использованию современных методов продвижения компании в социальных медиа и сети Интернет, низкая конверсия официального сайта компании.

В качестве критериев конкурентоспособности обоснованы следующие показатели: широта ассортимента, скорость доставки продукции, качество обслуживания, рейтинг по отзывам клиентов в Интернете, удобство оплаты, наличие акций и скидок, удобство официального сайта компании, наличие страниц компании в социальных сетях. Конкурентами компании ООО «АЛЬФА СПИРИТС» являются ООО «ГЕФЕСТ-АЛКО» и ООО «Лудинг-Екатеринбург».

ГЕФЕСТ-АЛКО ведет свою деятельность с 2007 года как оптовый поставщик высококачественной алкогольной продукции. ООО «LUDING GROUP» занимает лидирующие позиции не только на региональном рынке, но и в алкогольной отрасли России в целом. Данная компания в течение трех десятилетий позиционирует себя одним из лучших поставщиков вина. Дистрибьютерская сеть LUDING GROUP насчитывает почти 150 компаний во всех регионах страны. Компания гарантирует подлинность своей алкогольной продукции, реализует клиент-ориентированный подход, подчеркивая важность каждого покупателя, начиная от небольшого магазина в отдаленном городе и заканчивая крупным столичным супермаркетом.

Проведена экспертная балльная оценка конкурентоспособности компании ООО «АЛЬФА СПИРИТС» в сравнении с двумя основными конкурентами на региональном рынке алкогольной продукции (таблица 1). Для качественной оценки конкурентоспособности компаний принята следующая шкала: низкий уровень (0-4 балла); средний уровень (5-7 баллов), высокий уровень конкурентоспособности (8-10 баллов).

Таблица 1. – Экспертная балльная оценка показателей конкурентоспособности ООО «АЛЬФА СПИРИТС» в сравнении с основными конкурентами

Критерии конкурентоспособности	АЛЬФА СПИРИТС	ГЕФЕСТ-АЛКО	Лудинг-Екатеринбург
Ассортимент	Ассортимент состоит из более 200 позиций (7 баллов)	Ассортимент алкогольных напитков состоит из 153 позиций (4 балла)	Ассортимент алкогольных напитков со всего мира более 10 000 позиций (10 баллов)
Скорость доставки	Осуществляет доставку в течение 1 дня (8 баллов)	Осуществляет доставку в течение 1 дня (8 баллов)	Осуществляет доставку в течение 12 часов (10 баллов)
Качество обслуживания	Консультация менеджера, возможность дегустации (10 баллов)	Консультация менеджера (5 баллов)	Консультация менеджера, отслеживание статуса заказа (9 баллов)
Рейтинг в сети	5,8 (5 баллов)	7,11 (8 баллов)	6,4 (6 баллов)
Удобство оплаты	Наличные платежи, безналичные платежи, предоплата, возможность отсрочки платежей 40 дней (10 баллов)	Безналичные платежи, предоплата, отсрочка платежей 30 дней (8 баллов)	Безналичные платежи, отсрочка платежей до 10 дней (6 баллов)
Акции и скидки	Компания предоставляет скидки до 15% (7 баллов)	Нет скидок (0 баллов)	Компания предоставляет скидки до 40% (10 баллов)
Удобство сайта	Справочная информация (4 балла)	Справочная информация, каталог (6 баллов)	Справочная информация, возможность заказа через сайт, каталог, акции (10 баллов)
Наличие социальных сетей	Нет соц. сетей (0 баллов)	Vk (5 баллов)	Vk, Telegram, You tube (10 баллов)
Итого баллов	51	44	71

Источник: составлено авторами по данным [4, 5, 6].

Из данных таблицы 1 видно, что компания ООО «АЛЬФА СПИРИТС» обладает высоким уровнем обслуживания, преимуществом в скорости доставки, широким выбором способов оплаты. У компании ООО «Лудинг-Екатеринбург» представлен более диверсифицированный ассортимент, но это не является критичным для ООО «АЛЬФА СПИРИТС». Компания уступает конкурентам по представленности и узнаваемости в сети Интернет, удобной навигации на официальном сайте. Выявлено, что ООО «АЛЬФА СПИРИТС» относительно мало уделяет внимания отслеживанию своей репутации в интернете и налаживанию обратной связи с потребителями. Многоугольник конкурентоспособности позволил заключить, что компания недостаточно регулярно применяет современные методы стимулирования сбыта в местах продажи, редко устанавливает скидки на алкогольную продукцию для предприятий розничной сети. У компании отсутствует программа лояльности для постоянных партнеров. Также ООО «АЛЬФА СПИРИТС» отстает от федерального конкурента «LUDING GROUP» по удобству навигации на официальном сайте компании и представленности в социальных сетях, по применению маркетинга в социальных медиа.

Среди факторов внешней среды, благоприятных для компании, можно отметить стабильный спрос на алкогольную продукцию, совершенствование и рост безопасности цифровых транзакций, что дает возможность развивать онлайн продажи. Среди угроз со стороны внешней среды для оптовой торговой фирмы выделены: изменения в потребительском по-

ведении, связанные со стремлением к здоровому образу жизни и ограничениями в потреблении алкогольных напитков водителями автомобилей. В условиях экономических санкций, с одной стороны, дорожает импортная алкогольная продукция, с другой стороны, падает покупательная способность населения в условиях инфляции. Серьезную конкуренцию компаниям, реализующим качественную продукцию от надежных производителей, представляет поддельный и контрафактный алкоголь, продаваемый по более низкой цене.

По итогам анализа предложено увеличить собственную розничную сеть магазинов в УрФО, разработать программу продвижения и доставки алкогольной продукции в другие регионы России, для чего рекомендовано провести маркетинговое исследование потребителей о качестве официального сайта и удобстве навигации в Интернете. Также целесообразно оценить результативность системы скидок для постоянных клиентов и совершенствования бонусных акций, чтобы повысить эффективность мероприятий по стимулированию сбыта в местах продаж. Для реализации поставленных задач по совершенствованию конкурентной стратегии компании большое значение имеет привлечение в компанию квалифицированных SMM-менеджеров либо проведение обучения ряда сотрудников современным методам продвижения компании в социальных медиа, в частности, SEO-продвижению сайта. Как известно, «SEO-продвижение – это система робот, которая способна оказывать влияние на поисковых роботов с целью продвижения сайта в ТОП поисковых систем» [7, с. 1345]. Данный метод показывает высокую эффективность и рекомендуется к внедрению в ООО «АЛЬФА СПИРИТС».

Компании предлагается также внедрить дисконтно-бонусную систему на базе 1С. Данная бонусная система оптимальна для компании по ряду причин: невысокая цена установки; совместное применение дисконтной и бонусной системы; простота внедрения; вариативность начисления бонусов; возможность применения дисконта для B2B.

В заключении отметим, что управление конкурентоспособностью требует от компании современных решений и гибкости к быстро меняющимся условиям. Оценка эффективности предложенных направлений повышения конкурентоспособности ООО «АЛЬФА СПИРИТС» позволила заключить, что компания сможет оптимизировать финансовые ресурсы за счет увеличения продаж благодаря реализации управленческих решений по внедрению SEO-оптимизации и бонусной системы на базе 1С.

Список использованных источников

1. Грибов П.Г., Лозик Н.Ф. Управление конкурентоспособностью организации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 8, №3 (2016) <http://naukovedenie.ru/PDF/101EVN316.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
2. Демина Н.В., Чистова М.В. Управление конкурентоспособностью торгового предприятия //Иновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2023. – №. 1 (67). – С. 64-69.
3. Тхорикив Б. А., Герасименко О. А.» Пространственная активность клиентов» - новый источник конкурентных преимуществ компании розничной торговли //Практический маркетинг. – 2022. – №. 1 (298). – С. 3-15. DOI: 10.24412/2071376220221298315
4. Веб-сайт компании «ГЕФЕСТ-АЛКО». [Электронный ресурс] // ООО «ГЕФЕСТ-АЛКО». – Режим доступа: <https://tan-pavlovskaya.wixsite.com/gefest-alco>. – Дата доступа: 05.09.2024.
5. Веб-сайт компании «АЛЬФА СПИРИТС». [Электронный ресурс] // ООО «АЛЬФА СПИРИТС». – Режим доступа: <https://aspirits.ru/>. – Дата доступа: 05.09.2024.
6. Веб-сайт компании «Лудинг-Екатеринбург». [Электронный ресурс] // ООО «Лудинг-Екатеринбург». – Режим доступа: <https://ekb.luding.ru/>. – Дата доступа: 05.09.2024.
7. Шлёткин М. В., Бондаренко С. И. SEO продвижение как инструмент Интернет-маркетинга // Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». – 2021. – Т. 4. – №. 6. – С. 1338-1352.