

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЖУИ МАОИ»

Чэнь Чжитун

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Chenzhitong2021@gmail.com;

науч. рук. – А. В. Козлович, канд. экон. наук, доц.

Результативность и эффективность поддержки малого бизнеса зависят от правильности определения адресата и выделения его из общей совокупности хозяйствующих субъектов. Развитие и трансформация рыночной экономики обуславливают необходимость постоянного уточнения и исследования малого бизнеса. В данной статье анализируется и оценивается стратегия развития ООО «ЖУИ МАОИ». По итогам научного исследования даны рекомендации по её уберу стратегии развития для предприятий малого бизнеса в Беларуси.

Ключевые слова: малый бизнес; стратегия развития; экономическая эффективность; оценка КФУ; SWOT-анализ.

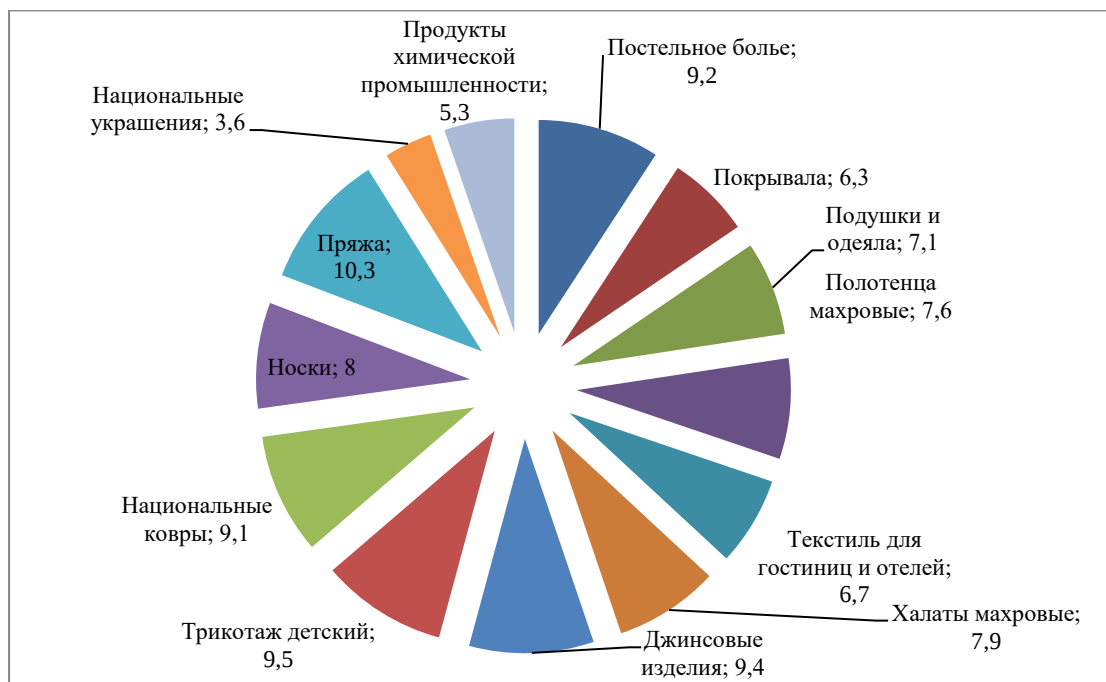
ООО «ЖУИ МАОИ» является торговым предприятием Беларуси. Деятельность ООО «ЖУИ МАОИ» направлена на импорт и реализацию высококачественных, конкурентоспособных продуктов, предназначенных для широкого слоя населения и народного хозяйства, из Китая. ООО «ЖУИ МАОИ» работает напрямую с партнерами из Китая, которые имеют собственное производство, оснащенное современным оборудованием. Вид деятельности ООО «ЖУИ МАОИ» неспециализированная оптовая торговля, розничная торговля, дистрибьютор, дилер.

Цель создания ООО «ЖУИ МАОИ» – не только организация постоянно действующей демонстрационной и торговой площадки, способствующей совершению сделок между коммерческими структурами двух стран, но и оказание консультационных услуг по организации торговли китайским компаниям на территории Беларуси.

Стратегия продукта ООО «ЖУИ МАОИ» основана на формировании ассортимента, основная цель которого – выбор оптимального ассортимента, удовлетворяющего потребности покупателей и приносящего прибыль. В основе товарной политики предприятия должна лежать стратегия дифференциации с ориентацией на определенный рыночный сегмент, а именно на потребителей.

Структура товарооборота швейных изделий из хлопка отражена на рисунке. Из рисунка следует, что в 2021 г. наибольший объем товарооборота приходился на постельное белье (9,2 %), джинсовые изделия (9,4 %), детский трикотаж (9,5 %), национальные ковры (9,1 %). Наименьший объем товарооборота приходился на покрывала (6,3 %), тек-

стиль для гостиниц и отелей (6,7 %), национальные украшения (3,6 %), продукты химической промышленности (5,3 %).



Структура товарооборота ООО «ЖУИ МАОИ» в 2021 г., %

Примечание – Источник: собственная разработка

SWOT-анализ предполагает выявление и оценку сильных и слабых сторон ООО «ЖУИ МАОИ», возможностей рынка и установление взаимосвязей между ними.

Определим сильные стороны компании ООО «ЖУИ МАОИ»: надежные партнерские отношения с поставщиками; широкая база поставщиков; широкий ассортимент продукции; высокое качество продукции; приемлемая ценовая политика.

Слабыми сторонами компании ООО «ЖУИ МАОИ» являются: сравнительно малая известность среди крупных заказчиков; недостаток собственных оборотных средств; зависимость от заказчиков или поставщиков; зависимость поставок от курса валют; слабо дифференцированные рынки сбыта.

Компании ООО «ЖУИ МАОИ» необходимо реализовать следующие возможности:

- ненасыщенный мировой рынок;
- повышение уровня жизни населения;
- повышение спроса на текстильную продукцию;
- появление новых поставщиков;
- расширение ассортимента продукции по различным группам.

Угрозы компании ООО «ЖУИ МАОИ» могут заключаться в следующем:

- использование «серых» каналов ввоза некоторыми конкурентами;
- цены компании могут оказаться неконкурентоспособными;
- рост конкуренции;
- инфляция и экономическая нестабильность на внутреннем рынке;
- снижение покупательной способности населения.

В целом компании «ЖУИ МАОИ» может минимизировать риск:

1. использование «серых» каналов ввоза некоторыми конкурентами – за счет расширения ассортимента и повышения качества товаров;
2. рост конкуренции – за счет высокого качества товаров и грамотной ценовой политики.

Компания «ЖУИ МАОИ» может не реализовать имеющиеся благоприятные возможности из-за наличия слабых сторон:

1. зависимость от заказчиков и поставщиков – за счет отсутствия поиска новых заказчиков и поставщиков;
2. недостаток собственных оборотных средств – за счет невысокой прибыли компании;
3. слабо дифференцированные рынки сбыта – за счет отсутствия эффективной системы распределения товаров.

Можно отметить в целом благоприятную ситуацию для ООО «ЖУИ МАОИ» согласно проведенному анализу. Проблемными моментами для ООО «ЖУИ МАОИ» являются социальные и экономические факторы, на которые компания может оказать косвенное влияние. Именно на преодоление угрозы со стороны экономических факторов компании следует направить свои сильные стороны. Технологические, политические и социальные факторы дают компании умеренные возможности, которые она в силах реализовать, если правильно направит на это свои сильные стороны, а также, если сумеет использовать эти возможности для усиления своих слабых сторон.

Используя методику расчета интегрального ключевого фактора успеха (КФУ), на основании информации о деятельности компании и трех ее конкурентов проведем оценку конкурентоспособности компании и определим ее конкурентные преимущества (таблица).

По итогам таблицы отметим, что компания «ЖУИ МАОИ» по многим факторам успеха превосходит основных своих конкурентов и получает интегральный КФУ 8,9. Так как компания имеет самый вы-

сокий КФУ среди конкурентов, то ее следует признать наиболее конкурентоспособной.

Оценка интегрального КФУ

Ключевые факторы успеха	Коэффициент приоритета КФУ, a_j	Оценки КФУ			
		ООО «ЖУИ МАОИ»	ООО «Бел-КитТорг»	ООО «Золотой Шелковый путь»	ООО «Ли Цзя»
Эффективное ценообразование с учетом рыночной конъюнктуры	0,10	5	4	3	2
Быстрая доставка	0,10	8	6	4	7
Удобный, доступный сервис и техобслуживание	0,05	7	5	6	5
Точное удовлетворение покупательских запросов	0,15	10	7	8	6
Широта ассортимента продукции	0,20	10	9	7	8
Способность быстро реагировать на изменяющиеся условия	0,10	9	8	6	7
Благоприятный имидж и репутация	0,15	10	9	7	6
Удобное расположение, приятное, вежливое обслуживание	0,15	9	8	6	7
Всего	1	-	-	-	-
Интегральный КФУ	-	8,9	7,45	6,15	6,3

Примечание – Источник: собственная разработка.

Таким образом, знание собственных сильных и слабых сторон, а также четкое представление имеющихся возможностей и угроз позволит компании «ЖУИ МАОИ» спрогнозировать будущую ситуацию на рынке текстильных товаров и повысить эффективность своего функционирования.

Библиографические ссылки

1. *Лапыгин, Ю.Н.* Стратегический менеджмент: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин. М.: ИНФРА-М, 2020. – 236 с

2. *Ляско, А. К.* Стратегический менеджмент: современный учебник / А. К. Ляско. Москва: -Дело, 2020. – 486 с.
3. *Акмаева, Р. И.* Стратегическое планирование и стратегический менеджмент/ Р. И. Акмаева. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 528 с
4. *Баранов, А. В.* Малое предпринимательство: стратегии развития и венчурный потенциал / А. В. Баранов. – Ростов-на-Дону: Деловая книга, 2012. –486 с
5. *Мамедова, Н. А.* Малый бизнес в рыночной среде / Мамедова Н. А., Девяткин Е. А. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 152 с.