

УДК 622:005.21

ПРИМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИИ КОНЦЕНТРИРОВАННОГО РОСТА НА ПРЕДПРИЯТИИ СЕРВИСА ГОРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Реветнева А.П., студент гр. СУМ-241, II курс
Научный руководитель: Малюгин А.Н., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

Конкуренция является одной из фундаментальных характеристик рыночной системы хозяйствования. Это порождает необходимость адаптации к конкурентным условиям для предприятий всех отраслей национальной экономики. Совокупность внешних условий, в которых функционирует компания, в маркетинге определяется как маркетинговая среда. В рамках маркетингового подхода фирма, присутствующая на рынке, анализируется не обособленно, а в контексте всей системы взаимосвязей и информационных обменов с прочими рыночными субъектами [1].

Разработка стратегии повышения конкурентоспособности актуальна для предприятий вне зависимости от их масштаба и отраслевой принадлежности. Тем не менее, особую значимость этот процесс приобретает для субъектов малого предпринимательства. Ввиду ограниченности финансовых средств и небольшой численности сотрудников, таким предприятиям крайне важно рационально распределять и использовать имеющиеся ресурсы, поскольку именно это определяет их дальнейшую жизнеспособность и потенциал развития.

Постановка целей и задач, а также объективность во время анализа внешней и внутренней среды способствует росту эффективности функционирования компании в текущих рыночных обстоятельствах [2].

Стратегическое управление подразумевает процесс определения и реализации основных целей и инициатив, осуществляемых менеджментом компании по поручению собственников на основе изучения ресурсной базы и оценки внутренних и внешних условий функционирования организации.

Формирование стратегии отправной точкой имеет следующую цель: отсутствие цели делает невозможным разработку стратегии по ее достижению, равно как и само стратегическое управление, которое базируется на сопоставлении фактических результатов с запланированными ориентирами [3,4].

В настоящее время в секторе производства услуг для горнодобывающей промышленности фиксируется интенсивная конкурентная борьба. Данная тенденция выражается не только в расширении рынка услуг и росте числа открывающихся компаний и производств, но и в повышении требований, предъявляемых заказчиками к подобным предприятиям. Клиенты становятся все более избирательными в вопросах качества и объема предлагаемых услуг в данной сфере. В этой связи для достижения коммерческого успеха предприятию необходим высокий уровень конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности требует определения цели исследования. В том случае, если цель заключается в выявлении определенного товара в списке аналогичных продуктов, достаточно будет провести сравнение по ключевым параметрам. Исследование, направленное на оценку реализации товара на рынке, заключается в проведении анализа с использованием информации, охватывающей сведения об изменении ситуации на рынке [5].

Для ООО «Сервисный Центр горного оборудования» приоритетным выступает применение стратегии концентрированного роста, конкретнее - освоение новых стратегически значимых рынков через вывод продукции на дополнительные территории.

Ключевое преимущество данного стратегического вектора заключается в формировании дополнительных каналов реализации товаров и услуг, а также в упрочении положения компании в рыночной среде.

Реализация стратегии концентрированного роста предусматривает:

1. Упрочение позиций организации на рынке посредством активизации маркетинговой деятельности.

2. Нарращивание собственных производственных мощностей.

3. Выявление и освоение новых рынков сбыта продукции и услуг.

На основе выполненных аналитических исследований и изученных материалов удалось установить проблемы, характерные для ООО «Сервисный Центр горного оборудования». В целях урегулирования текущей ситуации предложены следующие меры:

1. Привлечение сторонней профильной организации для выполнения работ по разработке, оформлению и последующему администрированию веб-сайта.

2. Приобретение мобильного оборудования для выполнения механической обработки.

3. Организация опорного пункта в городе Красноярск.

Применяемые в настоящее время в ООО «Сервисный Центр горного оборудования» маркетинговые инструменты не носят системного характера и используются бессистемно, что отрицательно сказывается на результативности деятельности предприятия и не способствует обеспечению его устойчивых конкурентных преимуществ.

Для обеспечения корректного функционирования маркетинговой системы компании необходимо внедрение доступного информационного ресурса. Затраты на привлечение специализированной организации для создания, оформления и последующего управления сайтом составят 280 000 рублей и включают:

1. Ежемесячное обслуживание сайта - 15 000 руб. × 12 мес. = 180 000 руб.

2. Услуги по разработке и оформлению сайта - 100 000 руб.

Создание сайта выступает действенным рекламным инструментом, а также служит каналом распространения информации о компании, включая ее профиль деятельности, направления работы, ценовую политику и контактные данные. Ресурс позволит привлекать новых потребителей для коммерческих предложений, обеспечит площадку для взаимодействия с заказчиками, где возмож-

но отвечать на запросы, поддерживать блог и информировать о планируемых акциях и событиях.

Современные рыночные условия требуют от предприятий готовности функционировать в динамично меняющейся обстановке, способности оперативно реагировать на поступающие заявки, сохраняя при этом финансовую автономию для обеспечения дальнейшего развития. При этом ключевой характеристикой деятельности по-прежнему остается ее результативность.

Для обеспечения эффективной работы компании необходимо рационально использовать имеющиеся материальные ресурсы, а также оптимально задействовать ее производственный потенциал.

Анализ деятельности и специфики работы ООО «Сервисный Центр горного оборудования» позволяет утверждать, что в настоящее время организация демонстрирует высокий уровень зависимости от внешних подрядчиков в части оказания услуг по механической обработке изделий, что обусловлено отсутствием необходимого оборудования.

Для преодоления сложившейся ситуации и наращивания собственных производственных мощностей предложено приобрести два мобильных расточных станка.

Затраты на оснащение рассматриваемого предприятия мобильным оборудованием для механической обработки составят 5 000 000 рублей, т.к. приобретение двух мобильных расточных станков WS2 ($2\,500\,000 \text{ руб.} \times 2 \text{ шт.} = 5\,000\,000 \text{ руб.}$).

Внедрение данного мероприятия позволит расширить перечень предоставляемых услуг, обеспечит возможность выезда к заказчику и выполнения работ непосредственно на месте, что будет способствовать сохранению независимости и занятию более выгодных конкурентных позиций на рынке.

Процесс выхода компании на новые рынки представляет собой достаточно трудоемкую задачу, требующую постановки четких целей, наличия необходимых ресурсов, а также способности руководства оценивать возможные риски и предпринимать меры по их минимизации.

На основании изучения ресурсной базы и оценки внутренних и внешних условий функционирования ООО «Сервисный Центр горного оборудования», принимая во внимание рост объемов продаж в соседние регионы, предлагается открыть опорный пункт в ближайшем федеральном округе.

Затраты, связанные с открытием опорного пункта в городе Красноярск, составят 11 760 000 рублей и включают:

1. Приобретение автомобиля «Соболь» - 4 000 000 рублей.
2. Расходы на оплату труда и сопутствующие отчисления при найме четырех сотрудников - $150\,000 \text{ руб.} \times 4 \text{ чел.} \times 12 \text{ мес.} = 7\,200\,000 \text{ рублей}$.
3. Приобретение сварочного и слесарного оборудования - 2 000 000 рублей.
4. Аренда помещения - $80\,000 \text{ руб.} \times 12 \text{ мес.} = 960\,000 \text{ рублей}$.

Наличие квалифицированных кадров в ООО «Сервисный Центр горного оборудования» и сформированная положительная репутация предприятия на

рынке Кузбасса обеспечат возможность беспрепятственного поиска партнеров в новых регионах, что положительно скажется на поддержании стабильного конкурентоспособного положения компании.

Присутствие клиентов в различных регионах позволит нивелировать колебания спроса на услуги в сфере угледобычи за счет освоения рынка горно-рудной промышленности.

Список литературы:

1. Лазаренко, Н. В. Развитие методов оценки конкурентоспособности экономического потенциала производственных фирм / Н. В. Лазаренко. – Текст : электронный // Вестник Донецкого университета. Серия 03. Экономика и право. – 2025. – № 3. – С. 45-54. – URL: <https://dongu-vestnik03.ru/index.php/vestnik03/article/view/475> (дата обращения: 18.02.2026). – DOI: 10.5281/zenodo.15741515.
2. Малюгин, А. Н. Оценка эффективности работы вспомогательных подразделений организации / А. Н. Малюгин // Россия молодая : Сборник материалов XV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 18–21 апреля 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 84115.1-84115.4. – EDN AVVFWT.
3. Нупи, А. К. Теоретико-исследовательские подходы к определению сущности и содержания конкурентоспособности промышленных предприятий / А. К. Нупи. – Текст : непосредственный // Управленческий учет. – 2025. – № 10. – С. 15-25.
4. Ускова, А. Д. Совершенствование бизнес-процессов как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / А. Д. Ускова, А. Н. Малюгин // Конкуренция и монополия : Сборник материалов VI Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 25–26 октября 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 211-212. – EDN GXSQIM.
5. Щетинина, Е. Д. Стратегическая диагностика конкурентных преимуществ промышленного предприятия в новых условиях / Е. Д. Щетинина, А. А. Рудычев, С. К. Кочина. – Текст : непосредственный // Экономическое развитие России. – 2023. – Т. 30, № 2. – С. 23-30.