

image not found or type unknown



Разработка и внедрение стратегии обеспечения конкурентоспособности являются важными процессами для предприятия. Ошибка на данном этапе может привести к серьезным проблемам у субъекта экономики. Поэтому вопрос основных этапов разработки и внедрения стратегии обеспечения конкурентоспособности является актуальным.

Объект исследования: ГК «Автомир» – один из ведущих дилерских холдингов России и СНГ по продажам новых автомобилей, автомобилей с пробегом и сервисных услуг для розничных и корпоративных клиентов. Деятельность компании представлена портфелем из 20 автомобильных брендов, охватывая 18 регионов РФ и Казахстана и имея 84 дилерских центра. Суммарное количество сотрудников составляет более 6 тысяч специалистов различного профиля.

Согласно классификации Майкла Портера выделяется 3 основных стратегии конкурентного поведения организации в автомобильной отрасли: лидерство в издержках, дифференциация и фокусирование.

Группа «Автомир» относится к категории конкурентной стратегии лидерства в издержках, так как компания может достигать самого низкого уровня затрат в своей отрасли, благодаря налаженной и отточенной системе поставок, грамотной логистике, эффективной маркетинговой стратегии и четкому менеджменту.

Дифференцированный подход в автомобильной отрасли позволяет формировать грамотный подход в ряде направлений: усиление присутствия брендов в регионах с высокой конкуренцией, клиентоориентированность и точечный маркетинговых подход – выбор наиболее эффективных каналов привлечения, для максимизации количества продаж и доходности.

Согласно классификации Рубина, у «Автомира» больше всего совпадений со стратегией механической монополизации. Но группа компаний мощно воздействует на регионы и МО (где наблюдается высокий уровень конкурирующих дилеров по бренду), с целью получения доли рынка в данном регионе.

ГК «Автомир» в данный момент сложно назвать монополистом, особенно в Московском регионе. Ведь на рынке довольно много конкурирующих холдингов – ГК «Рольф», «Авилон», АА «Мейджор». Однако, «Автомиру» всегда свойственно

формировать эффективную стратегию обеспечения конкурентоспособности, что даже в самые сложные годы позволяет занимать ТОП-5 в рейтингах «Автостат» по объему проданных авто в РФ. Не смотря на сложную обстановку в 1-м полугодии 2020 года и дефицит, начавшийся в 3-м квартале, благодаря эффективной централизованной политике управления, компания смогла сформировать доход, превысивший результаты 2019 года.

Благодаря выбранной стратегии, Автомир занимает весомую долю рынка автомобилей масс-брендов – более 15% по РФ

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что правильно разработанная и внедренная стратегия обеспечения конкурентоспособности – залог успешной предпринимательской деятельности каждой организации.