### Исследование портфельных стратегий КПК «Партнер»

**Казловская И.А.,** *ЯФ МЭСИ*

*Научный руководитель: доцент, к. педаг. Кормягина Н.Н.*

Некоммерческие организации имеют ряд особенностей маркетинговой деятельности, поэтому очень важным представляется исследование процессов маркетинга в подобного рода организациях.

Кредитный потребительский кооператив «Партнер» является некоммерческой организацией в форме потребительского кооператива, созданного в результате добровольного объединения физических и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения финансовых потребностей членов кредитного кооператива.

Цель исследования: анализ состояния и прогноз развития товарной политики организации с использованием Portfolio-анализа (аналог Бостонской матрицы). Дадим экспертную оценку экономическим характеристикам реализуемых услуг, ассортиментных групп.

Таблица 1 - Анализ рынка услуг

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Услуги** | **Рост рынка, балл.** | | | | | **Доля рынка, балл.** | | | | | **Доля в прибыли, %** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1.Товарные займы до 30 тыс. руб. |  |  |  | + |  |  |  |  | + |  | 10 |
| 2.Товарные займы до 100 тыс. руб. |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | 20 |
| 3. Товарные займы св. 100 тыс. руб. |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  | 10 |
| 4.Денежные займы до 30 тыс. руб. |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | 5 |
| 5.Денежные займы до 100 тыс. руб. |  |  |  | + |  |  | + |  |  |  | 30 |
| 6.Денежные займы св. 100 тыс. руб. |  |  |  |  | + |  | + |  |  |  | 20 |
| 7.Ипотечные займы | + |  |  |  |  | + |  |  |  |  | 1 |
| 8.Вклады |  |  | + |  |  |  | + |  |  |  | 4 |

На основании табличных данных строится матрицу BCG

Рост рынка, балл.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  | 1 2  3 4 |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

Доля рынка, балл

Рисунок 5 – Матрица Portfolio-анализа.

Выводы:

1. Услуги 4,5,6,8 попали в зону «трудные дети», что соответствует этапу внедрения товара на рынок. Услуги 1,2, расположились в зоне «звезд» и требуют затрат. Услуга 7 находится в зоне «собак», т.е. в зоне спада и если затраты будут неэффективны их нужно выводить с рынка или изменять условия.

2. Среди продуктов нет услуг, относящихся к зоне «дойные коровы», что вызывает тревогу, т.к. именно они приносят наибольший объем наличности.

3. Услуга 5 при низкой доле рынка приносит, тем не менее, 30% прибыли.

4. Ипотечные займы имеют низкий темп роста и низкую долю рынка.

Таким образом, данный анализ позволяет спрогнозировать товарную политику предприятия, даже если оно относится к некоммерческим.