

**Шайхулова Татьяна Борисовна**  
магистрант  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»  
г.Уфа, Россия  
tanysher1721@gmail.com

**Апокина Кристина Валерьевна**  
кандидат социологических наук, доцент ИНЭФБ  
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»  
Уфа, Россия  
k.apokina@bk.ru

### **Способы повышения эффективности маркетинговой деятельности в ритейле**

*Статья посвящена маркетинговой деятельности ритейла. Автор раскрывает актуальность внедрения маркетинговых мероприятий в данной отрасли. А также выделяет особенности ритейла, которые проявляются в ходе маркетинговой деятельности.*

*В результате исследования вопроса повышения эффективности маркетинговой деятельности в ритейле автором выделены такие способы, как создание службы маркетинга, запуск рекламы, внедрение CRM-систем. Отмечено, что данные способы позволят повысить рентабельность бизнеса, повысят конкурентоспособность.*

**Ключевые слова:** ритейл, маркетинговая деятельность, эффективность маркетинговой деятельности

**Shaikhulova Tatyana**  
Master student  
Bashkir State University  
Ufa, Russia  
tanysher1721@gmail.com

**Apokina Kristina**  
Ph. D., associate Professor IIFB,  
Bashkir State University,  
Ufa, Russia  
k.apokina@bk.ru

## **Ways to Improve the Effectiveness of Marketing Activities in Retail**

*The article is devoted to the marketing activities of retail. The author reveals the relevance of the implementation of marketing activities in this industry. And also highlights the features of retail, which are manifested in the course of marketing activities.*

*As a result of the study of the issue of improving the effectiveness of marketing activities in retail, the author identifies such methods as creating a marketing service, launching advertising, and implementing CRM systems. It is noted that these methods will increase the profitability of the business, increase competitiveness.*

**Keywords:** retail, marketing activity, effectiveness of marketing activity

Маркетинговая деятельность в ритейле в настоящее время заключается в том, чтобы привлечь покупателя, удержать его и подтолкнуть на большие покупки, чем ожидалось. На практике же, в процессе реализации маркетинговых планов могут возникнуть непредвиденные обстоятельства, которые нужно постоянно оценивать с точки зрения экономической эффективности. После оценки необходимо дать фирме готовые решения данной проблемы. То есть способы повышения экономической эффективности маркетинговой деятельности. От этого зависит положение фирмы на рынке и ее будущее развитие.

Рассмотрим особенности ритейла, которые могут повлиять на выбранные маркетинговые решения.

Ритейл – это особый вид торговых отношений, главной целью которой является использование методов сокращения затрат. Так как основным доходом данной отрасли является торговая наценка.

Особенности ритейла, как объекта маркетинговой деятельности, описаны на рисунке 1 [1, с. 103]



**Рисунок 1 – Особенности ритейла, как объекта маркетинговой деятельности**

По рисунку 1 можно сделать вывод, что для того, чтобы поддерживать данные особенности на конкурентном уровне, компаниям необходимо применять различные маркетинговые мероприятия, которые повысят эффективность работы.

Рассмотрим некоторые из мероприятий, способствующих повышению эффективности маркетинговой деятельности компании.

Создание службы маркетинга – первый шаг к повышению эффективности маркетинговой деятельности компании [2, с. 34]. В случае, когда у компании нет возможности создать отдельно отдел маркетинга, есть вариант наделить должностными полномочиями наиболее близкие по выполняемым функциям отделы. Например, маркетинговой деятельностью могут заниматься отдел менеджеров, отдел продаж.

Необходимость данного мероприятия заключается в том, что компания должна отслеживать экономическую эффективность каждой запущенной акции, рекламы и других взаимодействий с покупателями и поставщиками. Оценивая экономическую эффективность, компания сможет исключить те мероприятия, которые не приносят прибыли больше своих затрат.

Следующее мероприятие – запуск рекламы. В ритейле важно быть постоянно на виду. Так как конкуренция в данной отрасли высокая. Поэтому компания необходимо подбирать рекламные площадки по своей целевой аудитории. Это может быть рекламные щиты (наружная реклама), реклама в торговых центрах, по каналам связи с общественностью и другие. Данное

мероприятие важно для ритейла также в связи с тем, что запуск других акций тесно связана с рекламой.

Внедрение системы CRM (CRM–система управления взаимоотношениями с клиентами) – еще одно мероприятие, которое позволит повысить рентабельность фирмы, поможет эффективно контролировать за деятельностью сотрудников и управлять всеми рабочими процессами. А также выявлять и устранять рисковые места в работе организации. Внедрение данной системы позволит фирме вырасти в прибыли, стать более клиентоориентированным и конкурентоспособным [3, с. 105].

Таким образом, маркетинговая деятельность важна для ритейла, в связи с тем, что в данной отрасли высокая конкуренция. Каждая компания стремится отличаться от другого. Для этого необходимо применять различные маркетинговые инструменты. Но для повышения эффективности маркетинговой деятельности и его инструментариев компании необходимо применять способы повышения эффективности маркетинговой деятельности. Применяя их, у компании будет возможность отследить эффективность в рублях того или иного мероприятия, устранять неприбыльные и внедрять более рентабельные способы маркетинговой деятельности.

#### **Список источников и литературы**

1. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг / Г.А. Васильев, В.А. Поляков // Маркетинг Услуг. - 2017. – 3-е изд. – С. 276 – 280.
2. Иванов К.И. Проблема оценки эффективности маркетинговых стратегий / К.И. Иванов // Вестник ТИСБИ. – 2015. - Вып. 3. – 52 с.
3. Пономарева, А.М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности/ А.М. Пономарева. – М.: МарТ, 2016. – 240 с.

**Выходные данные статьи:**

Шайхулова, Т. Б., & Апокина, К. В. (2021). Способы повышения эффективности маркетинговой деятельности в ритейле // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы., №1. 2021. URL: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/451>