

*А.А. Леbedка, студент специальности «Маркетинг»*

*Н.А. Шквыря, к.э.н., доцент*

*Таврический государственный агротехнологический*

*университет имени Дмитрия Моторного*

*г. Мелитополь, Украина*

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Важнейшим элементом стратегического управления и планирования на предприятии является анализ внешней среды, а также проведение мониторинга рынков [1]. Стратегический анализ внешней среды помогает разработать эффективные решения, обеспечивающие алгоритмы взаимодействия предприятия со средой, которые позволят поддерживать ее потенциал на уровне, необходимом для достижения целей, помогают раскрыть возможности и нейтрализовать угрозы [3]. Внешняя среда делится на две части: макросреда и микросреда. Если на макросреду предприятия трудно иметь значительное влияние, то динамика микросреды зависит от выбора ее стратегии [2].

Целью исследования является стратегический анализ внешней среды предприятия ЧАО "Бель Шостка Украина", которое специализируется на производстве и реализации сыров.

По результатам исследования макросреды предприятия на рынке сыров определили, что наибольший удельный вес по оценке экспертов имеют экономические и демографические факторы (0,3 и 0,22 соответственно). Наиболее значимой угрозой макросреды предприятия является снижение производства молока, увеличение расходов на сырье для производства сыра, уменьшение географии экспорта. Возможность выхода на мировой рынок является наиболее значимым фактором, который дает возможность увеличить долю рынка и прибыльности предприятий, улучшить уровень качества продукции. Исследование макросреды рынка сыров показывает, что существует больше угроз (44,81) чем возможностей (29,64), поэтому предприятиям

производителям необходимо внедрять выявленные в результате исследования меры для преодоления угроз и эффективно реализовывать возможности

Анализ микросреды предприятия на рынке сыров показал, что весомой возможностью является увеличение конкурентоспособности продукции предприятия и наличие постоянных потребителей продукции, среди угроз можно выделить следующие - увеличение цен на сырье и большое количество конкурентов на рынке. В общем наблюдается преобладание возможностей (31,5) над угрозами (22,3), что свидетельствует о перспективах развития рынка сыров.

В результате исследования макро- и микросреды предприятия на рынке сыров выявили следующие альтернативы его развития: увеличение объемов производства и реализации фасованных резаных сыров, развитие сети фирменных магазинов, совершенствование рекламной кампании предприятия, расширение ассортимента продукции за счет производства сыров премиум-класса и усовершенствование технологий производства сыров. В результате исследования маркетинговой деятельности предприятия и обоснования сильных и слабых сторон каждой из выявленных альтернатив пришли к выводу, что для ЧАО "Бель Шостка Украина" эффективными будут следующие мероприятия - развитие сети фирменных магазинов и увеличение объемов производства фасованных резаных сыров.

#### Литература:

1. Шквиря Н.О. Стратегічний аналіз макросередовища підприємств галузі овочівництва. Сучасні наукові дослідження на шляху до євроінтеграції. зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. форуму, 21-22 черв. 2019р. Мелітополь: ТДАТУ, 2019. С. 67-71.
2. Шквиря Н.О. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії молокопереробного підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. С. 324-329.
3. Шквиря Н.О. Інформаційне забезпечення інноваційних рішень на засадах маркетингу. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. № 2(22). С. 288-294.