

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Вовк І.В., e-mail vovkirina2010@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Найважливішим елементом стратегічного управління і планування на підприємстві є аналіз зовнішнього середовища, а також проведення моніторингу ринків. Загрози, які підстерігають підприємство у процесі його діяльності, і можливості, які йому надаються, - все це присутнє саме у зовнішньому середовищі. У зовнішньому середовищі підприємству загрожують конкуренти, недобросовісні постачальники, мінливе податкове законодавство, соціальні катаклізми і багато інших "сюрпризів" [1]. Крім того, підприємство чекають покупці, є або не має достатніх для ведення бізнесу ресурсів. Стратегічний аналіз зовнішніх факторів допомагає розробити ефективні рішення, що забезпечують алгоритми взаємодії підприємства з середовищем, які дозволять підтримувати її потенціал на рівні, необхідному для досягнення цілей, допоможуть розкрити можливості і нейтралізувати загрози [3]. Зовнішнє середовище умовно ділять на дві частини: макросередовище і мікросередовище. Якщо на макросередовище підприємства важко мати значний вплив або контролювати його процеси, то динаміка мікросередовища залежить від вибору її стратегії [2].

Метою дослідження є стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства ПрАТ "Бель Шостка Україна", яке спеціалізується на виробництві та реалізації сирів. За результатами дослідження макросередовища підприємства на ринку сирів визначено, що найбільшу питому вагу за оцінкою експертів мають економічні та демографічні фактори (0,27 та 0,22 відповідно). Найбільш значущою загрозою макромаркетингового середовища є зниження виробництва молока, збільшення витрат на сировину для виробництва сиру, зменшення географії експорту. Можливість виходу на світовий ринок у зв'язку зі вступом у СОТ та ЄС є найвагомим фактором, який дає змогу збільшити частку ринку та прибутковості підприємств та покращити рівень якості продукції. За результатами сумування коефіцієнтів загроз отримали: 31,45 та 42,7 – можливостей. Існує перспектива для розвитку підприємств на середовища сиру, також необхідно зменшувати рівень загроз.

Аналіз мікросередовища ринку сирів показав, що найвагомимішою можливістю є збільшення конкурентоспроможності продукції підприємства та наявність постійних споживачів продукції, серед загроз можна виділити наступні – збільшення цін на сировину та велика кількість конкурентів на ринку. Загалом спостерігається переважання можливостей (31,5) над загрозами (22,3), що свідчить про перспективи розвитку ринку сирів.

В результаті дослідження макро- та мікросередовища підприємства на ринку сирів виявили наступні альтернативи його розвитку: збільшення обсягів виробництва та реалізації фасованих різаних сирів, розвиток мережі фірмових магазинів, удосконалення рекламної кампанії підприємства, розширення асортименту продукції за рахунок виробництва сирів преміум-класу та удосконалення технологій виробництва сирів. Після обґрунтування сильних і слабких сторін кожної із виявлених альтернатив дійшли висновку, що для ПрАТ "Бель Шостка Україна" ефективними будуть заходи – розвиток мережі фірмових магазинів та збільшення обсягів виробництва та реалізації фасованих різаних сирів.

Список використаних джерел

1. Шквиря Н.О. Створення системи інформаційно-методичного забезпечення стратегічного планування. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). Мелітополь, 2017 №3(35). С. 123 – 130.
2. Шквиря Н.О. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії молокопереробного підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. С. 324-329.
3. Шквиря Н.О. Розробка товарної стратегії підприємства. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 19 квіт. 2019р. Київ: КНЕУ, 2019. С. 67-71.

Науковий керівник: Шквиря Н.О., к.е.н., доцент