

ПЕРСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА НА РИНКУ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Мацук В.М., Денисюк Д.С., Підгайна В.І.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Аналізування зовнішнього середовища підприємницького середовища на ринку харчових продуктів можна здійснити шляхом отримання регресійних залежностей між показниками внутрішнього стану та зовнішнього середовища. Прогноз поведінки зовнішніх індикаторів може дати відповідь на питання про наявність потенціалу для підприємства у поточному середовищі його функціонування. Це дозволяє зрозуміти, яке управлінське рішення є коректним, зміна ринків чи інвестування у розвиток наявних ринків. Крім цього це дає відповідь на те, яким чином зовнішнє середовище впливає на внутрішній стан підприємства. У результаті проведення аналізу за чотирма наведеними складовими, можливим є висунути такі припущення про таке: 1) внутрішній стан підприємства (стабільний/нестабільний, перспективний/не перспективний); 2) вплив зовнішнього середовища на підприємство (сприятливий/не сприятливий).

Якщо розглядати кожен із сегментів окремо, то можна відзначити, що кожен із них характеризується певними особливостями та дає змогу прийняти рішення щодо подальшої діяльності підприємства. Детальна характеристика кожного із сегментів є наступною: 1. Сегмент I. Підприємство характеризується високим рівнем стабільності та потенціалом. Враховуючи сприятливий вплив зовнішнього середовища на стан підприємства, можна відзначити, що воно може реалізовувати стратегію диверсифікації та виходу на нові ринки, агресивного проникнення у вузькоспеціалізовані галузі чи вертикального поглинання партнерів і постачальників. 2. Сегмент II. Підприємство характеризується певним рівнем нестабільності, проте вплив зовнішнього середовища є сприятливим. Це говорить про необхідність удосконалення виробничих процесів, оновлення устаткування, запровадження новітніх технологій організації виробничої логістики тощо. Ймовірно, необхідним є зміна системи або структури менеджменту. Інколи підприємства, у цьому сегменті потребують інвестицій на запровадження нових систем контролю якості, приведення продукції до відповідної системи стандартизації тощо. Вони часто є монополістами, оскільки працюють в нішах, які не можуть зайняти інші гравці. 3. Сегмент III. Підприємства у цьому сегменті характеризуються високим рівнем внутрішньої стабільності, проте зовнішнє середовище несприятливо впливає на них. Така ситуація може скластись тоді, коли галузь є високо концентрованою або із загостреною конкуренцією. 4. Сегмент IV. Підприємств у цьому сегменті характеризуються високим рівнем нестабільності, та несприятливим впливом зовнішнього середовища. Раціональною стратегією для такого типу підприємств є вихід на нові ринки, пошук нових ніш, інвестиції в оновлення виробничих процесів, удосконалення системи стандартизації та контролю якості, удосконалення системи менеджменту тощо.