

ДІАГНОСТИКА МІКРОСЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Чучман Ю.Ю. somova0907@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Мікросередовище підприємства – це сукупність факторів, що безпосередньо стосуються самого підприємства та його можливостей щодо обслуговування споживачів. Одним з найважливіших факторів мікросередовища є конкурентне середовище підприємства.

Для діагностики конкурентного середовища підприємства, ми обрали метод складання стратегічної карти ринку. У ході дослідження було створено стратегічну карту ринку ПП «Октан Центр», підприємства, що займається оптово-роздрібною торгівлею нафтопродуктами в Запорізькій та Херсонській областях (рис.1). Нами було з'ясовано, що основними конкурентами ПП «Октан Центр» в м. Мелітополь та Мелітопольському районі Запорізької області на ринку світлих та темних нафтопереробних продуктів є такі підприємства: ПАТ «УкрНафта», ППФ «Край», ПАТ «ОККО», ТОВ «Паралель». Ми виявили, що продукція підприємств розрізняється за співвідношенням «ціна-якість». Для побудови карти ринку, були розраховані частки ринку кожного підприємства за загальним товарообігом та проранжовані підприємства на основі експертної оцінки за виявленим співвідношенням. Радіуси кола на карті пропорційні розмірам часток ринку.

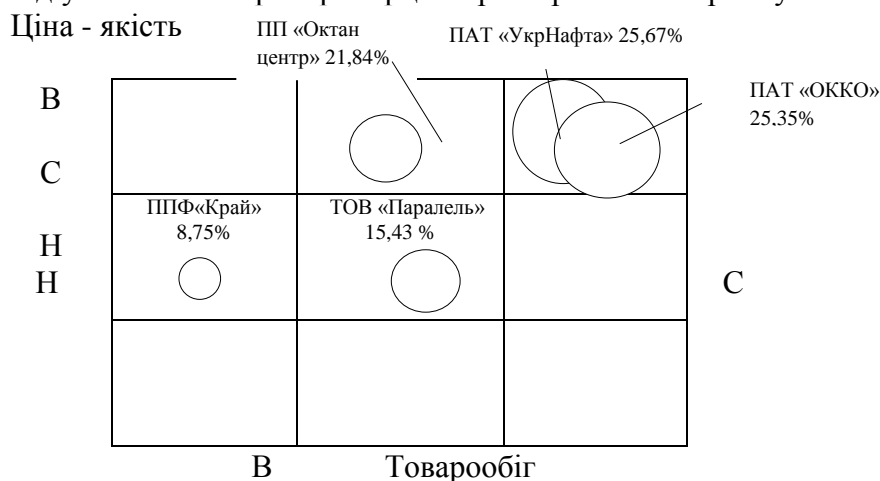


Рисунок 1 – Стратегічна карта ринку

Таким чином, можна зробити висновки, що найвищі конкурентні позиції займають ПАТ «УкрНафта» та ПАТ «ОККО» та є основними конкурентами для підприємства, що аналізується. ПП «Октан центр» має високе співвідношення «ціна – якість» та середній товарообіг, тому в якості напряму підвищення ефективності функціонування, можна запропонувати впровадження механізмів нарощування товарообігу підприємства.

Список використаних джерел:

1. Андрєєва Л.О., Лисак О.І., Тебенко В.М. Вдосконалення управління проектами інноваційного розвитку підприємств торгівлі. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс». – 2020. – № 2 (39). – С. 76-84.

2. Лисак О.І., Тебенко В.М., Андрєєва Л.О. Аналітичне дослідження результатів діяльності підприємств сфери торгівлі. *International Scientific Conference Economy Digitalization: Processes, Strategies, Technologies: Conference Proceedings, January 24th, 2020*. Kielce, Poland: Baltija Publishing. С. 45-48.

Науковий керівник: Андрєєва Л.О., к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного