

УДК 658.8

## АНАЛИТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВЫЯВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

О. Д. МАКАРЕВИЧ

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Необходимость быстрого и точного реагирования на изменения, происходящие во внешней среде, формируют направления развития как рынка в целом, так и отдельных его участников. Любое предприятие стремится занять своё место в этих сложных условиях. Для того чтобы завоевать рынок и потребителей, предприятию необходимо внедрять и применять современные методы работы в сферах как коммерческой, маркетинговой, так и внешнеторговой деятельности.

Актуальность темы исследования определяется тем, что применение современных аналитических инструментов для выявления рыночных возможностей предприятия позволит планировать стратегические направления развития его деятельности и тем самым укреплять конкурентные позиции на рынке товаров и услуг.

Рыночные возможности – это факторы внешней среды, использование которых может создать конкурентные преимущества для предприятия при реализации готового продукта на рынке, однако без учета факторов внутренней среды реализация данных возможностей может стать неосуществимой. В качестве двух основных внешних факторов выделяют спрос и конкуренцию, т. е. анализ рыночных возможностей – это инструмент, позволяющий с наименьшими затратами времени и средств пробиться на рынок и захватить максимально возможный его сегмент, для чего необходимо подробно изучить и производственные возможности самого предприятия.

В отечественной и зарубежной литературе нет системного подхода к аналитическому обобщению выявления возможностей предприятия на рынках товаров и услуг, поэтому автором была предложена соответствующая аналитическая модель.

Проведение анализа и оценки перспектив роста рыночных возможностей промышленного предприятия – это многоэтапный процесс, требующий глубокого изучения как внутренних возможностей и ресурсного потенциала предприятия, так и факторов внешней среды, от результатов которого зависит успешное стратегическое и тактическое функционирование всего предприятия.

В целях развития рыночных возможностей промышленного предприятия необходимо иметь соответствующую информационную базу, предложенная автором аналитическая модель которой приведена на рис. 1.

Представленная аналитическая модель выявления рыночных возможностей может быть использована руководством промышленного предприятия для определения основных направлений перспективного развития коммерческой деятельности и составления бизнес-плана развития предприятия.



Рис. 1. Аналитическая модель выявления рыночных возможностей промышленного предприятия

Предложенный подход к анализу выявления рыночных возможностей промышленного предприятия позволяет изучить достигнутые финансовые результаты коммерческой деятельности предприятия, выявить «узкие» и «широкие» места при движении товарных потоков на рынок и обоснованно определить необходимость разработки стратегического плана завоевания или удержания рынков сбыта в будущем. Для получения максимального эффекта от рыночной деятельности важно постоянно проводить работу по стратегическому развитию рыночных возможностей предприятия.

Данная методика позволяет оценить рыночные возможности предприятия, разработать деловую стратегию, снизить хозяйственные риски, обеспечить достижение поставленных целей.