

Магістрант Сулейменко Л.С., д.е.н., професор Тараненко І.В.

Університет імені Альфреда Нобеля

SWOT АНАЛІЗ КОМПАНІЇ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ОРГАНІЧНИХ ПРОДУКТІВ

Компанія Take Organic GmbH зареєстрована в Німеччині, основна діяльність – це торгівля органічними продуктами харчування. Компанія позиціонує свої товари на ринку як продукти харчування вищої категорії якості і в основному дотримується найвищого рівня ринкових цін.

Ринок органічних продуктів – один з найдинамічніших у світі. За останні 15 років він виріс у 5 разів і становить близько 90 млрд. доларів США на 2016 р. У звіті, підготовленому Zion Market Research, органічний ринок у 2017 році оцінювався в 124,76 млрд. доларів США. Відповідно до нового звіту, до 2024 року світовий ринок органічних продуктів харчування і напоїв досягне 323,09 млрд. доларів США [1]. Як стверджують експерти, ринок органічної продукції сильно фрагментований і конкуренція на ньому постійно зростає. Половина світового органічного ринку припадає на Північноамериканський регіон, 44% на країни Євросоюзу.

Для утримання і посилення конкурентних позицій компанія має визначити свої сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози, що виходять із зовнішнього середовища за допомогою SWOT аналізу.

Сильні сторони підприємства – ті аспекти, де воно досягло успіхів або якась особливість, що надає додаткові можливості. Сила може полягати в наявному досвіді, доступі до унікальних ресурсів, наявності передової технології і сучасного устаткування, високій кваліфікації персоналу, високій якості продукції, що випускається, популярності торгової марки і т.ін.

Проведення SWOT аналізу та виявлення альтернативних стратегічних завдань необхідні для вибору маркетингової стратегії розвитку підприємства і кращої конкурентної стратегії. Стратегія має взаємно узгоджувати та приводити у відповідність внутрішні сильні і слабкі сторони підприємства та

зовнішні можливості і загрози [2; 3]. Проведемо SWOT аналіз підприємства Take Organic GmbH (табл. 1).

Таблиця 1. SWOT аналіз Take Organic GmbH

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Своя сировинна база (афільованна) 2. Відсутність необхідності в залучених коштах 3. Гнучка багато в чому миттєва система управління і система продажу під своєю маркою і балк 4. Доставка до клієнта практично по всьому світу 5. Відсутність своїх підрозділів логістики, бухгалтерії і т. п. 6. Високий професіоналізм і кваліфікація персоналу 7. Фінансова стійкість 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обмеженість сировинної бази 2. Відсутність чіткої стратегії і перспективного плану розвитку 3. Висока собівартість продукції
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Можливість збільшення пропозицій продукції 2. Можливість збільшення сировинної бази і створення афілійованої мережі роздрібних магазинів 3. Можливість акумулювати фінансові потоки в залежності від необхідності 4. Зростання попиту на продукцію 5. Відсутність кредитної заборгованості і як наслідок можливість збільшення фінансування 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Уповільнення світової торгівлі внаслідок світової фінансової кризи 2. Збільшення податкового навантаження 3. Стагнація зростання доходів населення 4. Конкуренція з боку європейських виробників 5. Зростаючі ризики політичної нестабільності

За результатами SWOT-аналізу можна зробити такі висновки.

1. Аналіз зовнішнього середовища компанії Take Organic GmbH показав високі темпи розвитку, а також загрозу посилення позицій основних конкурентів. З огляду на відсутність у компанії досвіду стратегічного

управління, в рамках існуючих умов для оперативної оцінки тенденцій зміни ринку і визначення напрямків бізнес-процесів, першочерговим завданням стає формування моделі стратегічного розвитку.

2. Високий рівень кваліфікації фахівців підприємства, наявність сучасних технологій і прагнення до розвитку визначають можливість створення нових продуктів, які поставляються на ринок, що відповідає прагненням компанії до диверсифікації ризиків.

3. З метою забезпечення успішного зростання компанії необхідно усунути слабкі сторони і забезпечити ефективне використання фінансових ресурсів, забезпечити можливість розширення продуктової лінійки і виробити основу для єдиної діагностики процесів реалізації проектів усередині компанії.

4. Наявна структура управління компанією вимагає адаптації до постійно змінюваних умов у зв'язку з тенденцією зростання і формуванням єдиної стратегії розвитку, що забезпечить швидку реакцію підприємства на зміни зовнішнього середовища, та буде сприяти впровадженню нових торгових технологій.

Зростаюча свідомість споживачів щодо піклування про своє здоров'я і зростаюча популярність органічних продуктів харчування стимулюють попит на світовому ринку, тому маркетингова стратегія має забезпечити пристосування до змін, що відбуваються, заради кращого результату. На базі SWOT-аналізу показано, що стратегії диференціації, інтенсивного зростання та диверсифікації дозволять позбутися слабостей і запобігти загрозам.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Zion Market Research. / [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.qualtrics.com/nor/lp/market-research/>
2. Speth Ch. (2015). The SWOT Analysis: Develop strengths to decrease the weaknesses of your business, 17 augustus 2015, 26 p.
3. Böhm A. (2009). The SWOT Analysis: Seminar Paper. Berlin, September 2008, 28 p. Accessed: <https://www.kobo.com/us/en/ebook/the-swot-analysis>