

## ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ АТ «ОБОЛОНЬ»

*А.В. Мельник*

*Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса*

Основний зміст поняття "потенціал підприємства" полягає в інтегральному відображенні поточних й майбутніх можливостей економічної системи трансформувати ресурси за допомогою властивих персоналові підприємницьких здатностей в економічні блага, максимально задовольняючи корпоративні та суспільні інтереси. Таким чином, під економічним потенціалом підприємства розуміється властивість підприємства забезпечувати власне довготривале функціонування і досягнення стратегічних цілей на основі використання наявних ресурсів. Відповідно до цього визначення економічний потенціал підприємства розглядається у довготривалому періоді, тобто він повинен мати властивість змінювати свої характеристики під впливом змін цілей підприємства. [1, с. 7]

Метою роботи є оцінка потенціалу АТ «Оболонь».

АТ «Оболонь» є унікальним українським брендом, лідером продовольчого ринку України. На світовому ринку «Оболонь» є послом української пивної культури і займає непохитні позиції впродовж останніх двох десятиліть. АТ «Оболонь» є лідируючим та найбільш прогресивним приватним підприємством з виробництва пива, мінеральних вод, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв в Україні. Окрім цього, компанія має дозволи на оптову торгівлю напоями, роздрібну торгівлю напоями, діяльність транспортних агенств. Стратегія АТ «Оболонь» націлена на задоволення вимог та очікувань замовників і, за рахунок цього, на утримання лідируючої позиції на ринку пива та безалкогольних напоїв, при постійній увазі до збереження навколишнього середовища та врахування інтересів зацікавлених сторін. Невід'ємною складовою частиною даної стратегії є постійне удосконалення системи управління, яка відповідає вимогам стандартів та правильне передбачення тенденцій розвитку ринку. [2] Для оцінки потенціалу підприємства буде використано SWOT-аналіз.

SWOT-аналіз – це визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що витікають з його найближчого оточення (зовнішнього середовища). Широке застосування та розвиток SWOT-аналізу пояснюються такими причинами: стратегічне управління пов'язане з великими обсягами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, аналізувати, використовувати, а відтак виникає потреба пошуку, розробки та застосування методів організації такої роботи. SWOT-аналіз не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок. Для будь-якого керівника або управлінського працівника, зорієнтованого на поточну роботу, це корисна справа, яка вимагає від будь-кого, хто застосовує SWOT-аналіз, замислитися на перспективу. SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей: відповідно до змісту стратегії – адаптації до (чи формування впливу на) середовища. SWOT-аналіз, як інструмент оцінки середовища функціонування підприємства, складається з двох частин. Його перша частина спрямована на вивчення зовнішніх можливостей (позитивні моменти) і погроз (негативні моменти), що можуть виникнути для підприємства в сьогоденні і майбутньому. Тут виявляються стратегічні альтернативи. Друга частина пов'язана з дослідженням сильних і слабких сторін підприємства. Тут оцінюється потенціал підприємства. Іншими словами, SWOT-аналіз дозволяє провести комплексне вивчення зовнішнього і внутрішнього стану господарюючого суб'єкта. [3, с. 83]

Оцінка факторів мікросередовища, що безпосередньо впливають на господарську діяльність АТ «Оболонь», а також врахування компонентів внутрішнього середовища дозволяють рекомендувати такі управлінські дії стратегічного характеру:

1. Продовжувати дотримуватись наміченого курсу інвестиційної політики, мати в наявності кредитні ресурси, нейтралізувати таким чином вплив дії інфляційних факторів.
2. Проводити дії щодо розстановки управлінських та промислових кадрів, оскільки на ринку спостерігається значний дисбаланс між пропозицією та попитом.

Перейдемо до оцінки факторів мікросередовища АТ «Оболонь». (табл.1)

Таблиця 1 – SWOT-аналіз АТ «Оболонь»

<b>Сильні сторони:</b> 1. Високий рівень кваліфікації персоналу; 2. Висока технічна оснащеність; 3. Широкий асортимент продукції; 4. Налагоджені канали збуту; 5. Введення нової технологічної лінії; 6. Відмінна впізнаваність продукції; 7. Введення нових технологічних ліній.	<b>Слабкі сторони:</b> 1. Високі витрати на виробництво; 2. Низька оплата праці; 3. Відсутність заохочення працівників та системи їх мотивації.
<b>Можливості:</b> 1. Підвищення якості виробництва за рахунок нових технологій; 2. Розширення каналів збуту; 3. Підвищення рівня продуктивності праці; 4. Зацікавленість іноземних партнерів у співробітництві, зокрема, інвестуванні проектів.	<b>Загрози:</b> 1. Поява конкурентів; 2. Збільшення акцизних зборів; 3. Зниження попиту в зв'язку зі зниженням доходів населення, що виявляється у зменшенні продажів.

Використовуючи сильні ринкові позиції і конкурентні переваги, АТ «Оболонь» може ввійти у нові сегменти ринку, обслуговувати додаткові групи споживачів; також, маючи значні виробничі потужності, АТ «Оболонь» може розширити виробництво. Споживачі достатньо обізнані про продукцію компанії та прихильні до неї, отже доцільно впроваджувати стратегію підтримки конкурентних переваг з метою збереження ринкової частки. Існує можливість підвищення продуктивності праці за рахунок підвищення заробітної плати та підтримки систем мотивації для працівників. Завдяки впровадженню новою технологічної лінії, та нових технологій у виробництві, виробник може покращити якість своєї продукції.

Найбільшу увагу необхідно приділити слабкостям і загрозам компанії, аби вплив цих факторів не призвів до погіршення ситуації. На сьогоднішній день головною проблемою у макросередовищі є складна політична ситуація в Україні, внаслідок якої відбувся спад економіки. Одночасно з цим погіршилося і економічне становище населення. Отже, споживання продукції зменшилося. Через це компанія втрачає свій прибуток.

#### Література:

1. Планування маркетингу. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст]: підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морева, О. В. Белякова, О. Б. Балакай – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 248 с.
2. Офіційний сайт «Оболонь». Режим доступу до ресурсу: <http://www.obolon.ua/ukr/about/>
3. Стратегічне управління [текст]: навч. посіб./ В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз, І. В. Токмакова, О. В. Шраменко – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 272 с.