

## АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВНУТРІШНІХ РЕСУРСІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Осадчий М.О., здобувач вищої освіти,  
erp1m22oto@stud.khadi.kharkov.ua*

*Науковий керівник: Мордовцев О.С., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній  
університет*

Середовище діяльності торговельного підприємства – це всі зовнішні та внутрішні фактори, які впливають на його функціонування та результативність. Це поняття включає в себе низку аспектів, які важливі для аналізу і управління торговельною діяльністю компанії.

Стратегічне планування важливою складовою успішної діяльності будь-якого торговельного підприємства. Воно дозволяє компанії визначити свій шлях до досягнення конкурентної переваги, а також покращити управління внутрішніми ресурсами. Однак перед тим, як сформулювати стратегію, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх ресурсів.

Аналіз зовнішнього середовища – це процес визначення факторів, які можуть вплинути на бізнес-середовище та можуть бути використані для побудови стратегії підприємства. Зовнішнє середовище складається з ряду чинників, включаючи економічні, соціокультурні, політичні, технологічні та екологічні.

Перед розробкою стратегії торговельне підприємство повинно оцінити поточні тенденції на ринку. Наприклад, зростання собівартості, зміни у законодавстві або зміни у споживчих уподобаннях можуть вплинути на бізнес. Аналіз зовнішнього середовища допомагає ідентифікувати можливості та загрози, які створюються цими факторами.

Внутрішні ресурси – це активи, процеси та здібності, які компанія володіє. Аналіз внутрішніх ресурсів допомагає визначити, які сильні та слабкі сторони має торговельне підприємство.

Серед ключових елементів внутрішнього аналізу можна виділити:

– людські ресурси: оцінка компетенцій, навичок та мотивації торговельного персоналу;

- фінансовий капітал: оцінка наявності фінансових ресурсів та їх використання;
- маркетинг та продажі: оцінка ефективності маркетингових стратегій та здатності компанії залучати клієнтів;
- торговельний процес: оцінка ефективності, якості та інноваційності торговельних процесів;
- технологічні можливості: оцінка використання сучасних торговельних технологій та інформаційних систем;
- логістика та постачання: оцінка ефективності ланцюга постачання та логістичних операцій;
- якість комунікацій між каналами збуту: оцінка прямих та зворотних зв'язків у торговельному процесі та ін. [1].

Після проведення аналізу зовнішнього середовища та внутрішніх ресурсів торговельне підприємство може сформулювати свою стратегію. Враховуючи можливості та загрози, а також сильні та слабкі сторони, компанія може розробити план дій, спрямований на досягнення своїх цілей в площині покращення якості торговельної діяльності. Якість торговельної діяльності визначається якістю та ефективністю всіх аспектів, пов'язаних з процесами продажу товарів або послуг, які виконує торговельна компанія чи підприємство. Вона включає в себе різні елементи, які допомагають забезпечити задоволеність клієнтів і створити конкурентні переваги на ринку [2].

Таким чином, аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх ресурсів є ключовим етапом у стратегічному плануванні торговельного підприємства. Цей процес дозволяє компанії отримати об'єктивне уявлення про своє положення на ринку та розробити стратегію, спрямовану на досягнення успіху в умовах динамічного бізнес-середовища. Правильний аналіз допомагає компаніям побудувати стійку стратегію та забезпечити свій конкурентний статус на ринку.

### Література.

1. Демиденко С. Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4290> (дата звернення: 19.10.2023).
2. Бойчик І. М., Собко О. М., Спяк Г. І. Рівень та якість торговельного обслуговування: сутність та співвідношення понять. *Інноваційна економіка*. 2021. № 3-4. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2021.3-4.17>.