

ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ГАРДИННО-ТЮЛЕВИХ ВИРОБІВ НА ОСНОВІ SWOT-АНАЛІЗУ

Загородня І.

Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну

Наук. керівник д.е.н., проф. Герасимчук Н.А.

Український ринок гардинно-тюлевих виробів знаходиться у стані динамічного розвитку, причому як роздрібний, так і оптовий сегмент продажів. І хоча сучасний стан економіки не є стабільним, у підприємства з пошиття гардинно-тюлевих виробів є реальна можливість зайняти свою нішу. Слід зазначити, що вітчизняний ринок має потенціал не тільки для розвитку вже присутніх постачальників, але і для появи нових., тому навіть за сучасних кризових умов і скорочення витрат населення на предмети розкоші, скорочення продажів нового житла та інших факторів негативного впливу на ринок гардинно-тюлевих виробів нове підприємство має успішні перспективи створення

Підприємство як відкрита система постійно взаємодіє з навколишнім середовищем. Постачання матеріально-технічних, енергетичних ресурсів, підбір кадрів і реалізація виготовленої продукції чи надання послуг є необхідною частиною виробничого процесу і само собою зрозуміло умовою існування і функціонування підприємства і як результат отримання прибутку як головної мети підприємницької діяльності [3]. Також на підприємство можуть впливати наявність конкурентів та вибрана їхня політика якою вони керуються [2]. Розглянемо сильні та слабкі сторони салону, та всі можливі загрози його розвитку (табл.1).

Таблиця 1.

Матриця SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
Сильні сторони: 1. Високий рівень обслуговування; 2. Висока якість виробів; 3. Прийнятні ціни; 4. Вдале розташування салону; 5. Фахівцям надається можливість підвищення кваліфікації. 6. Наявність позитивної репутації у споживачів; 7. Ефективне використання обладнання і площі.	Слабкі сторони: 1. Відсутність місії і якісних стратегічних напрямів; 2. Сформоване коло клієнтів у конкурентів; 3. Певні види послуг конкурентів збігаються з послугами, які планує запропонувати наш салон.
Можливості	Загрози
1. Поліпшення сервісу і скорочення часу на обслуговування 2. Збільшення рентабельності, контроль над витратами 3. Впровадження нових технологій 4. Відкриття додаткових послуг 5. Застосування нового і сучасного обладнання.	1. Нестабільність на ринку 2. Загроза появи нових конкурентів 4. Зниження цін на послуги конкурентів.

В наш час щоб залишатися на ринку та мати постійне становище варто бути підготовленим та проінформованим про можливі загрози зовнішніх факторів, а отже можна і говорити про великий вплив чинників зовнішнього середовища на виробничу діяльність бізнесу [1].

Проаналізувавши попит та ціни і взявши до уваги конкурентів, було розраховано прогнозований обсяг надання послуг в натуральних одиницях по всьому асортименту послуг, які будуть надаватися майбутнім підприємством та ціну матеріалів необхідних для надання кожної конкретної послуги помісячно [4].

Література

1. Грищенко І. М. Підприємницький бізнес : навч. посібник. – К., 2016 – 535 с.
2. Ганущак–Єфіменко Л. М. Інноваційний розвиток підприємництва в Україні: стратегічні орієнтири [Текст] : монографія / Ганущак–Єфіменко Людмила Михайлівна ; ВНЗ "Нац. акад. упр.". – Київ : Національна академія управління, 2014. – 397 с.
3. Герасимчук Н.А. Організація виробництва: Навч. посібник / Герасимчук Н.А., Кондратюк О.І., Вікарчук О.І. – Вид-во ЖДУ ім.І.Франка, Житомир, 2009 –244 с.
4. Машевська І.В. Бізнес–план салону «Гарант». – К., 2014. – 50 с.