

---

# Влияние внешней и внутренней среды предприятия по производству гофрокартона на рынок упаковочных решений

Борзыкина Ирина Юрьевна

Студентка ТИЭИ, г.Тула

E-mail:[lady.borzy2015@yandex.ru](mailto:lady.borzy2015@yandex.ru)

Научный руководитель: Ошевнев О.Е.

Рынок требует от предприятия оптимизации процесса создания упаковочных решений. Поэтому при решении оперативных задач основной целью является — максимальная ценность для клиента (стоимость) при оптимальных затратах. Для этого предприятие оптимизирует издержки и увеличивает эффективность использования производственных мощностей, при этом использует оптимальные финансовые решения для увеличения стоимости, оборачиваемости и доходности капитала. Кроме этого, минимизирует стоимость финансирования и налогообложения, при оптимальном соотношении собственных и заемных средств. Предприятие мотивирует работников на собственные предложения по оптимизации труда.

Для обеспечения высокого качества продукции, и ее конкурентоспособности на предприятии, создана служба качества. Производство гофрокартона зависит от внешней среды — как в отношении своих ресурсов, и потребителей, так и в отношении тех результатов, которых оно стремится достичь.

Внешняя среда включает факторы: экономические; политические; законодательство; социальные; технологические; влияние конкурентов, поставщиков, потребителей.

Основные угрозы для предприятия:

- значительное увеличение мелких и средних фирм с современным печатным оборудованием в связи с небольшим барьером входа в отрасль;
- переход части объемов упаковочной продукции с коробочной на гибкие упаковки;
- усиление конкуренции на рынке кашированной продукции, в связи с покупкой оборудования для каширования предприятиями — конкурентами;
- усиление конкуренции со стороны основных конкурентов;
- монополизм поставщиков на сырьевом рынке.

Сильными стороны предприятия — вложение инвестиций в персонал и производство, активные действия по продвижению своей продукции на рынок, широта ассортимента, положительный имидж.

Предприятие концентрируется на целевых рынках и сегментах с целью повышения результативности своей работы и получения максимального дохода, повышает эффективность для того, чтобы снизить риски и стать более привлекательным для инвесторов, повышает эффективность своей работы, для того, чтобы расти быстрее, чем рынок.

Первичной ключевой компетенцией является способность и умение персонала реагировать на потребности со стороны рынка.

