КОНЪЮНКТУРА РЫНКА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА КОМЕРЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Дарья МОИСЕЙ,

студентка3 курса, Факультет Экономических наук,
Государственный Университет Молдовы

CZU: 339.13:347.71 E-mail:moiseidashka2003@gmail.com

Market conjuncture analysis is crucial for enterprises seeking to remain competitive in a volatile economy. As global market conditions shift due to various external factors, understanding demand, supply, and pricing dynamics is key to success. This study, based on JSC "Bendery Brewery," addresses the relevance of assessing market conjuncture to enhance business adaptability and strategic planning in the Republic of Moldova.

Современная экономическая среда требует от предприятий высокой степени гибкости и готовности к изменениям. В условиях нестабильности и неопределённости способность быстро адаптироваться к изменяющимся условиям рынка становится важнейшим конкурентным преимуществом. Изучение рыночной конъюнктуры позволяет компаниям не только реагировать на текущие изменения, но и формировать стратегические направления развития с учётом внешних и внутренних факторов.

Под рыночной конъюнктурой понимается состояние рынка в конкретный момент времени, определяемое соотношением спроса и предложения, уровнем цен, конкурентной обстановкой, потребительскими предпочтениями и макроэкономическими параметрами. Она носит динамичный, циклический и вариативный характер.

ЗАО «Бендерский пивоваренный завод» — одно из старейших промышленных предприятий Приднестровья, с богатой историей и многолетними традициями в производстве пива, минеральной воды и безалкогольных напитков. С момента основания в 1860 году и до настоящего времени предприятие играет значимую роль в региональной экономике. Сегодня оно активно развивает линейку продукции под брендом «Старая Крепость», предлагая как классическое светлое и тёмное пиво, так и новые сорта крафтового и пшеничного пива, а также безалкогольные и слабоалкогольные напитки, минеральную воду и ликёроводочную продукцию.

Анализ рыночной позиции предприятия показал, что, несмотря на стабильность производства и наличие широкой клиентской базы, ЗАО «БПЗ» сталкивается с рядом вызовов, порождённых изменениями рыночной конъюнктуры. Среди них:

– **Рост издержек** на фоне инфляции, нестабильности валютного курса и повышения цен на сырьё, особенно импортное.
– **Снижение потребительской активности** в условиях экономического давления на домохозяйства.
– **Ужесточение конкурентной борьбы** со стороны как местных производителей, так и зарубежных брендов, в том числе ввиду доступности импортного пива по конкурентной цене.
– **Недостаточная цифровизация** маркетинговых и сбытовых процессов, слабое присутствие в онлайн-пространстве, ограниченное использование социальных сетей, e-commerce и SEO-инструментов.

SWOT-анализ показал, что основными сильными сторонами ЗАО «БПЗ» являются широкий ассортимент продукции, высокая узнаваемость бренда, собственные источники минеральной воды и традиционные технологии производства. Слабыми сторонами выступают ограниченное присутствие в онлайн-пространстве, сезонность спроса и слабая ориентированность на молодую аудиторию.

PEST-анализ выявил, что наибольшее влияние на предприятие оказывают экономические (инфляция, рост себестоимости) и технологические факторы (цифровизация продаж, новые упаковочные решения). Политическая и социальная обстановка относительно стабильна, но требует усиления адаптивности к потребительским трендам (экологичность, ЗОЖ).

Анализ конкурентной среды (по Портеру) показал:

- умеренную угрозу со стороны новых игроков;
- высокую силу покупателей (высокая конкуренция);
- среднюю силу поставщиков;
- высокую конкуренцию среди существующих производителей;
- низкий риск товаров-заменителей в категории пива, но высокий — в сегменте безалкогольных напитков (чаи, энергетики и пр.).

Важным наблюдением является то, что предприятие обладает потенциалом для расширения как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Однако для этого необходимо не только модернизировать производственные мощности, но и обновить маркетинговую стратегию, в том числе усилить цифровое присутствие и брендинг.

Рассчитанные **ключевые показатели эффективности** (например, рентабельность продаж, доля рынка, объёмы дистрибуции по регионам) демонстрируют устойчивость бизнеса, но также указывают на возможный рост при условии лучшего взаимодействия с целевыми сегментами.

С учётом текущей рыночной ситуации, предлагается следующие направления оптимизации:

1. **Автоматизация анализа рыночной информации** с помощью специализированного ПО, CRM-систем и регулярного использования цифровых панелей потребительских данных.

2. **Расширение линейки продукции**, в том числе с ориентацией на тренды здорового питания и крафтового пивоварения.
3. **Развитие онлайн-каналов сбыта и маркетинга**, включая продвижение в соцсетях, SEO-оптимизацию и внедрение чат-ботов.
4. **Оптимизация логистики и цепей поставок** в целях снижения затрат и повышения гибкости.
5. **Инвестиции в маркетинговые исследования** и глубокий анализ поведения потребителей.

Анализ рыночной конъюнктуры не является разовой процедурой, а представляет собой неотъемлемую часть современной системы управления предприятием. В условиях нестабильного рынка именно адаптивность и способность к предвидению изменений становятся залогом устойчивости бизнеса. Опыт ЗАО «БПЗ» показывает, что даже компании с устоявшимся имиджем и качественной продукцией нуждаются в системном анализе внешней среды и своевременной адаптации коммерческой стратегии.

Библиография

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Вильямс, 2007.
2. Портер М. Конкурентная стратегия. – М.: Альпина Паблишер, 2016.
3. Давыденко А.В. Анализ рыночной конъюнктуры. – М.: Экономика, 2020.
4. Ноздрева Р.Б. Рыночная конъюнктура и её факторы. – СПб.: Питер, 2018.
5. Внутренняя документация ЗАО «БПЗ».
6. Официальный сайт ЗАО «БПЗ».

Recomandat
***Nadejda NAZAR**, dr., conf. univ.*