

УДК 65.01

4. Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності).

Грінченко Р.В., к.е.н., доцент,
*доцент кафедри економіки підприємств
та організації підприємницької діяльності,
Одеський національний економічний університет*

АНАЛІЗ КОМПОНЕНТ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті виявлено основні складові середовища функціонування підприємства. Досліджені основні чинники, що впливають на зовнішнє середовище функціонування підприємства. Простежені основні завдання, етапи та показники кон'юнктурного аналізу функціонування підприємств.

Ключові слова: середовище, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, чинники, кон'юнктура.

Постановка проблеми. Сучасні динамічні умови господарювання підприємств вимагають формування ефективного механізму управління адаптаційними змінами, що буде здатен нівелювати негативні явища та створювати можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Підприємства під час свого функціонування взаємодіють в великою кількістю суб'єктів та об'єктів, які необхідно враховувати при формуванні механізму управління адаптаційними змінами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки багато зарубіжних та вітчизняних вчених приділяють значну увагу питанням адаптації діяльності підприємств. Питання адаптації діяльності підприємств та сутності середовища його функціонування на сучасному етапі досліджували такі вчені: Р. Акофф, І. Ансофф, Н. Білошкурська, П. Браунінг, М. Буднік, Н. Васюткіна, В. Дубчак, О. Кожевїна, Г. Козаченко, В. Кучеренко, Т. Ландїна, Л. Мельник, Б. Мільнер, Е. Пастухова, І. Пітайкіна, Л. Растригін, Д. Хайман, О. Хитра, Г. Ханалїєв, Е. Чиженькова, О. Шатїлова, В. Якубів, В. Ячменьова та інші. Проте

теоретичний базис адаптації діяльності агропромислових підприємств сьогодні повинен базуватись на досконалому розумінні сутності середовища, в якому функціонує підприємство, його основних компонент, взаємозв'язків та чинників, що впливають на основі складові середовища функціонування підприємств.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.

Формування механізму управління адаптаційними змінами підприємств повинно базуватись на досконалому аналізі можливих варіантів поведінки системи та основних її компонентів з їх взаємозв'язками, необхідно дослідити та систематизувати сутнісні характеристики середовища функціонування підприємства.

Метою статті виступає дослідження теоретичних підходів до визначення сутності середовища функціонування підприємства, його основних компонент, взаємозв'язків та чинників, що впливають на основі складові.

Виклад основного матеріалу. Сучасні агропромислові підприємства, як і будь-які інші суб'єкти ринку, знаходяться та функціонують у своєму власному середовищі. Основою ефективного функціонування підприємств у сучасних динамічних умовах виступає наявність доступу до інформації відносно можливих змін у його середовищі та здатність підприємства гнучко реагувати на зміни. Підтвердженням думки про необхідність постійного дослідження середовища діяльності підприємства виступають напрацювання провідних вітчизняних та зарубіжних науковців.

Так Віханський О.С. стверджує, що «аналіз середовища вважається початковим процесом стратегічного управління, оскільки він забезпечує як базу для визначення місії і цілей підприємства, так і для розробки стратегії поведінки, що дозволить підприємству здійснити свою місію і досягти своїх цілей» [1, с. 21].

Градова А.П. надає власне визначення середовища функціонування підприємства: «... середовище функціонування підприємства – це економічна категорія, яка відображає сукупність зовнішніх факторів впливу прямої та

непрямої дії, що не знаходяться в межах прямого безпосереднього впливу з боку організації» [2, с. 56]. Проте таке визначення, на нашу думку значно звужує поняття середовища підприємства, не враховує його власне сформоване внутрішнє середовище діяльності, яке також необхідно враховувати при управлінні адаптаційними змінами.

Підприємства, як вже зазначалося, є відкритими системами. Вперше підприємство як відкриту систему запропонував розглядати німецький вчений Х.Ульрех. При здійсненні діяльності у будь-якого підприємства виникає зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування. Основними компонентами зовнішнього середовища на його думку виступають: державні органи, механізми ринкового контролю та його складові, громадські організації та засоби масової інформації [3].

Таким чином, підсумовуючи дослідження у сфері виявленні сутності середовища діяльності підприємств, слід підкреслити наступне. Будь-яке підприємство функціонує у зовнішньому та внутрішньому середовищі діяльності. Тобто процес управління адаптаційними змінами повинен враховувати особливості зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства має характерну особливість – підприємство не в змозі самостійно управляти ним. Тому виникає особлива актуальність у дослідженні його основних компонент та чинників, що впливають на нього. Такий підхід надасть змогу сформулювати ефективний механізм управління адаптаційними змінами підприємств, у тому числі й адаптацією до змін зовнішнього середовища.

Капліна О., Зайченко Д. пропонують визначати зовнішнє середовище як сукупність зовнішніх факторів, з якими суб'єкти економічної діяльності взаємодіють та які повинні враховувати в своїй діяльності [4, с. 26]. Таке визначення зовнішнього середовища звужує його сутність тільки до врахування чинників, не враховуючи основні компоненти та можливі взаємозв'язки.

На думку Клименко М. [5, с. 78] зовнішні фактори – це, в основному,

неконтрольовані сили, які мають вплив на рішення менеджерів та їх дії та, в кінцевому підсумку, на внутрішню структуру і процеси в організації. Проте, на нашу думку, зовнішні чинники можуть бути як контрольованими з боку підприємства, так і неконтрольованими. Даний підхід створює передумови для управління адаптаційними змінами діяльності підприємств у напрямі виявлення та управління контрольованими зовнішніми чинниками діяльності.

На думку Ф. Елбінг: «... зовнішнє оточення організації все більше стає джерелом проблем для сучасних керівників» [6, с. 23]. Проте такий однобічний підхід до розуміння зовнішнього середовища діяльності підприємства не може створити для нього будь-які можливості, звужує процес його діяльності тільки до пристосування, без застосування механізмів активної адаптації.

Основні фактори зовнішнього середовища розподіляють на дві групи: чинники макросередовища та чинники мікросередовища підприємства. Чинники макросередовища підприємства розглядаються як чинники непрямого впливу, тобто це соціальні, правові, політичні, економічні, інноваційні та технологічні чинники. Чинники мікросередовища розглядаються як чинники прямого впливу на діяльність підприємства, тобто це постачальники, споживачі, конкуренти, державні органи, з якими безпосередньо співпрацює підприємство, кредитно-фінансові установи, зовнішньоекономічні партнери та інші.

Можна виділити такі особливості чинників зовнішнього середовища діяльності підприємства. Чинники зовнішнього середовища характеризуються наступними особливостями [7, с. 179]:

- об'єктивний чинник виникнення впливу: умови виникають незалежно від діяльності підприємства і впливають на нього;
- взаємозалежність факторів: сила, з якою змінність одного фактора впливає на інші фактори;
- складність, кількість та різноманітність факторів, що суттєво впливають на підприємство;
- динамічність: відносна швидкість змінності середовища;

- невизначеність: відносна кількість інформації про середовище та ступінь її імовірності.

Вищеперелічені особливості чинників зовнішнього середовища діяльності підприємства обумовлюють високу необхідність та значимість їх дослідження.

Доценко І.О. [8, с. 228] у своїх дослідженнях пропонує елементи макросередовища поділити на два рівні:

Перший рівень – систематичні, які один раз виникнувши, існують завжди (чи досить тривалий час) і завжди справляють свій вплив на діяльність підприємства:

- економічна ситуація,
- політико – правова обстановка в країні,
- кон'юнктура ринку,
- рівень інфляції.

Другий рівень – несистематичні, які справляють свій вплив на діяльність підприємства або стохастично, або з визначеним періодом виникнення:

- технологічне середовище,
- соціально - культурний розвиток в країні,
- демографічна ситуація,
- географічне середовище,
- економічна обстановка.

При такому підході можна прослідити схожість із виділенням макросередовища діяльності підприємства та непрямих чинників його впливу.

Одним із головних компонентів зовнішнього середовища діяльності підприємства є ринок, на якому працює підприємство. Ринок повинен бути об'єктом регулярного спостереження. Самі по собі ринкові дослідження значення не мають, якщо вони не пов'язані із прийняттям управлінських рішень. Тому результатом спостережень ринку виступає інформація, що відповідає на питання, що цікавлять суб'єктів ринку.

У ринкових дослідженнях звичайно виділяють загальногосподарську або економічну кон'юнктуру й кон'юнктуру окремих ринків. Кон'юнктура - важлива галузь економічної науки, її динамічний напрямок. Вона розглядає господарські процеси в постійній зміні й розвитку.

Загальногосподарська кон'юнктура характеризує стан усього ринкового процесу національного господарства на той або інший період. Кон'юнктура товарних ринків вивчає зміни й коливання в сфері виробництва й реалізації окремих видів товару. Функціонування ринку, його розширення або скорочення, попит та пропозиція, залежить від складних на ньому умов, тобто кон'юнктури.

Господарське життя піддається періодичним коливанням, підйомам і спадам, названими економічними циклами. Циклічні коливання в економіці становлять об'єктивний процес. Вони виникають під впливом різноманітних факторів і зв'язків. В економіці виділяють регулярні й нерегулярні коливання. Нерегулярні коливання виникають випадково, часто по невстановлених причинах або циклам, що мають складну структуру. Регулярні коливання в економіці підрозділяються на сезонні й циклічні. Сезонні коливання обумовлені природно-кліматичними факторами й по своєму змісті є також циклічними, похідними від сонячних і місячних циклів. Циклічні коливання в економіці сполучають наступні один за одним фази підйомів і спадів.

Дослідження кон'юнктури ринку охоплює широке коло найрізноманітніших питань виробничого, комерційного, технічного й економічного характеру, що дозволяє виявити основні напрямки господарського розвитку кожного суб'єкта ринкових відносин і ситуацію, що склалася в певний момент часу в результаті взаємодії різноманітних кон'юнктуростворюючих факторів. Завдання дослідження кон'юнктури зводиться до постановки й рішення проблеми прогнозу її зміни. Стан кон'юнктури ринку характеризує виробництво й реалізацію продукції за певний період часу або положення на ринку в цей момент.

Таким чином, кон'юнктура ринку - це сформована на ринку економічна ситуація, що характеризує співвідношення між попитом та пропозицією, рівень цін, товарні запаси й інші економічні показники. Результати кон'юнктурних спостережень ринку призначені для забезпечення успішної підприємницької діяльності й ґрунтуються на зборі інформації, її систематизації й реєстрації, аналізі всіх відомостей, пов'язаних з ринком конкретного товару. Вони спрямовані на визначення дійсних і майбутніх споживачів і їхньої купівельної спроможності. За результатами проведення кон'юнктурних досліджень складаються кон'юнктурні прогнози. Кон'юнктурні прогнози озброюють необхідними знаннями поведінки на ринку, умінням раціонально маневрувати наявними ресурсами, здатністю купувати й продавати товар за вигідними цінами, розширювати або скорочувати виробництво товару відповідно до очікуваного стану ринку [9].

Основна мета кон'юнктурного аналізу впливає із самого визначення кон'юнктури - виявлення й моделювання тенденцій і закономірностей розвитку ринку. Для досягнення поставленої мети необхідно послідовне вирішення наступних завдань [10]:

- визначення об'єкта кон'юнктурного аналізу;
- збір і обробка кон'юнктурної інформації про об'єкт дослідження й пов'язаних з ним економічних процесах;
- оцінка особливостей стану досліджуваного ринку, виявлення поведінки суб'єктів, що діють на ринку;
- оцінка й аналіз потенціалу й основних пропорцій ринку;
- виявлення основних тенденцій розвитку ринку, його коливання, сезонності й циклічності;
- прогноз кон'юнктури.

Перераховані завдання орієнтовані на повну характеристику стану ринку в цілому, а також у розрізі окремих його елементів і складових частин. Останні два завдання відбивають різні сторони того самого процесу - динаміки розвитку ринку. Зазначені завдання містять у собі як етапи реалізації методики

кон'юнктурного аналізу, так і саму цю методику. У загальному плані етапи кон'юнктурного аналізу можна підрозділити на два рівні реалізації його завдань.

На першому - здійснюється аналіз ринкової кон'юнктури, що характеризується масштабами й типологією ринку, поведженням основних суб'єктів, головними пропорціями, динамікою й стійкістю ринку. На другому етапі здійснюється спроба побудови моделі ринкових взаємозв'язків і прогнозування ринкової ситуації.

Другий етап є найбільш складним з погляду об'єктивності оцінок, перший - з погляду трудомісткості аналізу. Взагалі суб'єктивність кон'юнктурного аналізу - явище закономірне, оскільки дослідження, як правило, проводяться в інтересах який-небудь однієї із взаємодіючих сторін. Певний ступінь об'єктивності в кон'юнктурному аналізі можливий у незалежному дослідженні, при якому аналізується діяльність всіх основних суб'єктів ринкових відносин на ринках харчової сировини та продукції агропромислової сфери.

Більшість основних економічних показників сфери (процесу) відтворення й дослідження кон'юнктури можна звести в наступні групи, що характеризують ті або інші сторони (особливості) стану й прояву ринкової кон'юнктури [10]:

1. Стійкість, циклічність і динаміка розвитку ринку:

- а) середні показники кон'юнктури;
- б) показники варіації кон'юнктури;
- в) показники форми кон'юнктурної хвилі;
- г) показники динаміки кон'юнктури (темпи росту, вектори й параметри тренда, функції тренда);
- д) параметри моделей сезонності й циклічності розвитку.

2. Ринкова пропозиція:

- а) обсяг, структура й динаміка пропозиції;
- б) функціональні можливості пропозиції;
- в) еластичність пропозиції.

3. Ринковий попит:

- а) обсяг, структура й динаміка попиту;
- б) показники сегментації й диференціації попиту;
- в) функціональні можливості попиту (місткість ринку);
- г) еластичність попиту.

4. Пропорційність ринку:

- а) показники співвідношення попиту та пропозиції (обсяги й ціна рівноваги);
- б) структури ринку (показники виробництва основних лею-роби-лея, структура споживання, структура товарообігу й т.п.);
- в) розділ ринку між основними виробниками, торговельними посередниками й торгівлею;
- г) територіальна структура ринку;
- д) співвідношення з іншими ринками;
- е) показники масштабу ринку, рівень монополізації й конкуренції.

5. Ділова активність і комерційний ризик:

- а) обсяг, число, частота й динаміка угод;
- б) індекси ділової активності, макроекономічні показники й індекси економічного барометра;
- в) показники виробничих (торговельних) можливостей пропозиції;
- г) показники збутових можливостей пропозиції (портфель замовлень, його склад, заповнювання й динаміка);
- д) рівень комерційного ризику (інвестиційний ризик, ризик прийняття рішень, ризик кон'юнктурних коливань, непередбачений позов).

Наведена система, звичайно, охоплює самі основні найбільш застосовувані показники, які можуть бути використані при аналізі найважливіших змін, що відбулися за досліджуваний період, і необхідна при визначенні перспектив розвитку й моментів перелому кон'юнктури, тобто для складання прогнозу її зміни.

Обертає на себе увага та обставина, що багато важливі з наведених показників відбивають не статичні явища, а динамічні або варіаційні процеси,

інших - характеризують структуру явища, співвідношення та їхні зрушення. Деякі кон'юнктурні характеристики, зокрема тенденції і їхня стійкість, можуть бути отримані тільки в результаті відповідної обробки трендових моделей. Один з основних об'ємних показників, попит, являє собою не реальну безпосередньо вимірювану величину, а потенційний й у силу цього доступний лише непрямым оцінкам. Характеристика іншого об'ємного показника, масштабу ринку, являє собою набір показників: обсягу продажу, числа угод, чисельності продавців і покупців, тощо. Оскільки ж кон'юнктура - складний комплекс взаємозв'язків і взаємовпливів, остільки варто вважати виправданим важливе місце, що у системі показників приділяється показникам еластичності попиту та пропозиції, що виражає дію відповідних ринкових законів.

Однієї з особливостей всіх кон'юнктурних показників є їхня зміна в міру переходу ринкового господарства з однієї фази циклу в іншу. Таким чином, вивчивши зміни показників кон'юнктури в ході циклу, одержуємо можливість на їхній підставі судити не тільки про зрушення, що відбулися, але й робити висновки про імовірнісні зміни надалі.

Слід також зазначити, що вивчення кон'юнктури необхідно робити на основі аналізу всього комплексу змін, і чим більше показників залучається, тим вірніше й точніше можна визначити сформовану на даний момент кон'юнктурну ситуацію й перспективу подальших змін і розвитку. Таким чином, проведення аналізу кон'юнктури ринку є однією із головних складових дослідження зовнішнього середовища діяльності підприємства.

Постійна зміна основних суб'єктів зовнішнього середовища підприємства та їх взаємозв'язків потребують врахування їх у діяльності підприємства. Зростаюча кількість суб'єктів зовнішнього середовища вимагає побудови від підприємства механізму управління адаптаційними змінами з урахуванням адаптації до зовнішнього та внутрішнього середовища.

Проте слід зауважити, що підприємство має й власне внутрішнє середовище.

На думку Розенкова Д.А., Леонтьева Р.Г. : “ ...внутрішнє середовище

підприємства – це та частина загального середовища, яка знаходиться в рамках підприємства. Воно надає постійний і безпосередній вплив на функціонування підприємства” [11, с. 78] . Наведене визначення досить лаконічно та стисло відображає сутність поняття внутрішнього середовища діяльності підприємства, проте, на нашу думку, може бути використане для подальших досліджень.

На основні узагальнення теоретичних напрацювань [1-12], можна зробити наступні висновки. Основними компонентами внутрішнього середовища підприємства є: ресурсна складова; виробнича складова; кадри; бухгалтерський облік та аналіз; маркетингова складова; фінансова складова; технологічна складова; продуктова складова. Кожний із представлених компонентів внутрішнього середовища діяльності підприємства потребує розробки власного підходу до дослідження та формування механізму управління адаптаційними змінами.

Висновки та пропозиції. Однією із головних проблем при дослідженні середовища діяльності підприємства виступає відсутність систематизованого підходу до збору та аналізу інформації на сучасних агропромислових підприємствах. Дослідження проводяться за окремими складовими середовища функціонування, не враховуються зв'язки між дією чинників та не формується комплексний підхід до управління адаптаційними змінами. Виявлено, що процес формування адаптації діяльності підприємства до змін необхідно розпочинати із ретельного дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування. Слід наголосити, що при дослідженні зовнішнього середовища необхідно виділяти регулярні коливання та нерегулярні коливання, що впливають на діяльність підприємств. Такий підхід створює можливості формування спрощеної процедури виявлення тенденцій зміни зовнішнього середовища та формування ефективного механізму управління адаптаційними змінами сучасних агропромислових підприємств.

Література:

1. Виханский О.С. Стратегическое управление. Учебник. / О.С Виханский. - М.: Гардарики, 1998. - 296 с.

2. Градова А.П. Стратегія економічного управління підприємством: Навч. посібник/ А. П. Градова. – К.: Основи, 1999. – 211с.
3. Ulrich Н. Grundlagen der allgemeinen Unternehmenslehre. / Н. Ulrichю - Bern, Stuttgart, 1970 – р. 322.
4. Капліна О., Зайченко Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на основі процесного підходу/ О. Капліна, Д. Зайченко // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С.24-38.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб./ М. Клименко, О.С.Дуброва, Д.О. Барабась, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
6. Alvar O. Elbing. On the Applicability of Environmental Models /Alvar O. Elbing // Contemporary Management/J. W. McGuire, en. – Englewood Cliffs; N. J.: Prentice – Hall, 1974. – р. 283.
7. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: Підручник. / Б.М. Мізюк – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 544 с.
8. Доценко І.О. Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів загроз на рівень економічної безпеки підприємства/ І.О. Доценко // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 4 (54). – С. 227-230.
9. Андрейченко А.В., Горбаченко С.А., Грінченко Р.В., Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Аналіз ринкової кон'юнктури. Навчальний посібник// А.В. Андрейченко, С.А. Горбаченко, Р.В. Грінченко, В.А. Карпов, В.Р. Кучеренко– Одеса: ОНЕУ, 2014. – 345 с.
10. Кучеренко В.Р., Андрейченко А.В., Грінченко Р.В. Моніторинг світових ринків харчової сировини та продукції АПК. Навчальний посібник// В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, Р.В. Грінченко – Одеса: Прес-курєр, 2013. – 112 с.
11. Розенков Д.А., Леонтьев Р.Г. Классический менеджмент: организационные структуры управления. – Хабаровск: ДВГУПС, 2012. – 192с.
12. Хімченко А.М. Зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування корпорацій / А.М. Хімченко // Науковий вісник ЛНТУ України. – 2013. - Вип. 23.14- С. 258-264.

Грінченко Р.В. Анализ компонент среды функционирования предприятия

Аннотация. В статье выявлены основные составляющие среды функционирования предприятия. Исследованы основные факторы, влияющие на внешнюю среду функционирования предприятия. Прослежены основные задачи, этапы и показатели конъюнктурного анализа функционирования предприятий.

Ключевые слова: среда, внешняя среда, внутренняя среда, факторы, конъюнктура.

Hrinchenko R.V. Analysis of components of the enterprise business environment

Abstract. The article reveals the main components of the business environment. The main factors influencing the external environment of the operation of the enterprise are investigated. Trace the main tasks, stages and indicators of business analysis of the operation of enterprises.

Key words: environment, external environment, internal environment, factors, business analysis.