

УДК: 338.2:664(477)

Г.А. Місько, аспірант

A.A. Misko, graduate student

**ВПЛИВ ФАКТОРІВ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СТРАТЕГІЄЮ ПІДПРИЄМСТВА
ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

**INFLUENCE OF FACTORS OF MARKET ENVIRONMENT IS ON
MANAGEMENT OF ENTERPRISE OF FOOD INDUSTRY ECONOMIC
STRATEGY**

У статті розглянуто дискусійні аспекти класифікації факторів ринкового середовища. Досліджено основні групи факторів, які впливають на управління економічною стратегією підприємства. Складено матрицю зовнішніх стратегічних факторів, які найбільш всього впливають на економічну стратегію підприємства харчової промисловості в умовах ринкового середовища.

Ключові слова: фактори, управління, економічна стратегія, підприємство, харчова промисловість.

The debatable aspects of classification of factors of market environment are considered in the article. Investigational basic groups of factors, which influence on the management of enterprise economic strategy. The matrix of external strategic factors which most all influence on economic strategy of enterprise of food industry in the conditions of market environment is made.

Key words: factors, managements, economic strategy, enterprise, food industry.

Вступ. Розвиток ринкових відносин робить необхідним кардинальних змін у характері управління. В першу чергу це відноситься до діяльності, яка визначає перспективи розвитку підприємства.

У сучасних умовах кожному підприємству особливо важливо правильно оцінити створену ринкову ситуацію, для того щоб використовувати ефективні засоби функціонування, які з одного боку, відповідали б ринковій ситуації, а з іншого боку найбільш повно використовували б можливості виробництва. Саме тому аналіз факторів та їх вплив на забезпечення результативного управління економічною стратегією підприємств харчової промисловості є дуже актуальним.

Значний вклад у дослідження та розвиток питань економічної стратегії підприємства зробили такі вчені, як М.В. Макаренко, В.А. Горемікін, О.М.Скібіцький, А.П. Градов. Вагомий внесок у становлення і розвиток теоретичних положень стратегічного управління в умовах конкурентного ринку зробили І. Ансофф, П. Друкер, М. Портер, А. Дж. Стрикленд. Разом з тим, слід відзначити, що існує ряд питань теоретичного та практичного характеру, що стосується управління економічною стратегією функціонування та розвитку підприємства, які потребують подальшої розробки та конкретизації.

Незважаючи на наявність великої кількості наукових робіт, деякі питання стосовно факторів ринкового середовища які впливають на управління економічною стратегією підприємств харчової промисловості потребують уточнення та наукового обміркування.

Постановка завдання. Теоретичний огляд факторів ринкового середовища та їх впливу на управління економічною стратегією підприємств харчової промисловості.

Результати. В сучасних умовах господарювання харчова промисловість є однією з найважливіших галузей економіки України. Розвиток харчової промисловості набуває стратегічного характеру, оскільки припускає вирішення основної проблеми – забезпечення продовольчої безпеки держави.

Підприємства харчової промисловості знаходяться у постійному пошуку нових інструментів управління та забезпечення конкурентних переваг на ринку. Тому економічна стратегія підприємств харчової промисловості повинна

виробляти прийоми досягнення низької собівартості продукції і захват на цій основі лідерства у конкурентній боротьбі.

На думку автора, економічну стратегію підприємства можна визначити як головну мету і напрямки досягнення конкурентних переваг серед підприємств даної галузі, як в середині країни, так і за її межами.

Основною місією економічної стратегії підприємств харчової промисловості є максимальна мобілізація усіх доступних факторів, які можуть бути задіяні для досягнення поставлених стратегічних напрямів і завдань. Сучасний стан розвитку економіки України необхідно враховувати при вивченні середовища в якому функціонують підприємства харчової промисловості.

Внутрішнє середовище підприємства – це та частина загального середовища, яка знаходиться у межах організації. Внутрішнє середовище підприємства включає в себе всі процеси, які здійснюються в середині підприємства, структуру й співвідношення його елементів з організаційної і з функціональної точки зору [1, с. 185].

Внутрішнє середовище є тією сферою, яка найбільш підпадає під активне регулювання з боку підприємства, тому управління внутрішніми факторами дозволяє ефективно впливати на його економічну стратегію.

На думку А. Томпсона та А. Дж. Стрікланда, процес формування стратегії підприємства залежить від таких внутрішніх факторів: сильні та слабкі сторони підприємства, його конкурентні можливості, особисті амбіції, ділові та етичні принципи керівництва, загальні цінності та культура підприємства.

О. Виханський класифікував фактори внутрішнього середовища на такі: стан галузі і позиція підприємства у галузі; цілі підприємства; інтереси і відношення керівництва; фінансові ресурси; кваліфікація робітників; зобов'язання підприємства; ступінь залежності від зовнішнього середовища; фактор часу; розмір підприємства [1, 186].

Р. Фатхутдінов визначив фактори внутрішнього середовища, за рахунок яких підприємство може досягти конкурентної переваги: структурні, ресурсні,

технічні, управлінські, ринкові, ефективність функціонування організації [1, 187].

Отже, існують різні думки щодо складу факторів внутрішнього середовища підприємства. Іванова Ю.Б. запропонувала наступну класифікацію факторів внутрішнього середовища, що передбачає виділення груп факторів, які слід враховувати при виборі кожної з конкурентних стратегій: виробничі, фінансові, маркетингові, технологічні, інноваційні, трудові, інформаційні, управлінські, часові, просторові [1, 192].

Аналіз внутрішніх факторів підприємства має здійснюватися з урахуванням тенденцій, що склалися в зовнішньому середовищі. Аналіз зовнішнього середовища служить інструментом за допомогою якого контролюються зовнішні по відношенню до підприємства чинники з метою передбачити потенційні загрози та можливості, що відкриваються.

За допомогою аспектів зовнішнього середовища, які впливають на розвиток підприємства і відповідно на економічну стратегію, складемо матрицю зовнішніх стратегічних факторів, які найбільш всього впливають на економічну стратегію підприємства харчової промисловості.

Матриця аналізу зовнішніх стратегічних факторів

Фактори суспільних сил	Безпосереднє оточення підприємства							
	Клієнти	Конкуренти	Кредитори	Місцева громадянська	Партнери	Постачальники	Працівники	Уряд
Економічні	В	В	В	Н	С	С	С	В
Технологічні	Н	В	В	Н	С	В	С	Н
Політико - правові	Н	Н	С	С	С	С	Н	В
Соціокультурні	В	Н	Н	С	Н	Н	С	В

Примітка: В – фактор високого впливу, С – фактор середнього впливу, Н – фактор низького впливу [3, с. 208].

В таблиці проаналізовано ступінь впливу факторів (як позитивний, так і негативний). Такий аналіз допоможе оцінити: як подальший суспільний розвиток зможе вплинути на управління економічною стратегією підприємства харчової промисловості через його оточення.

Економічні фактори визначаються рівнем економічного розвитку, бюджетом країни та його виконанням, доступністю ресурсів, тощо. Поточний і прогнозований стан економіки може мати не бажаний вплив на досягнення цілей організації. Тому сучасні чинники потрібно постійно оцінювати. Серед них: темпи інфляції, рівень зайнятості, міжнародний платіжний баланс, податкові ставки, кредитна система тощо. Те, що для однієї організації є економічною загрозою, для іншої може бути засобом для успішної діяльності.

Технологічні фактори (вид технології виробництва, наявність ресурсозберігаючих технологій) - через зміни в технологічному зовнішньому середовищі товаровиробник може опинитися в безнадійному, програшному конкурентному становищі. Технологічні нововведення впливають на ефективність діяльності підприємства, на швидкість старіння продукту, на те якого роду послуги і нові продукти очікують споживачі від підприємства.

Політико-правові фактори. На результати роботи товаровиробників впливає державна політика. Потрібно постійно слідкувати за прийняттям нових законодавчих актів, нормативних документів місцевих органів.

Сьогодні Україна створює і впроваджує гнучку систему нормативної бази, яка в повному обсязі відповідає би вимогам ВТО і ЄС та яка б швидко і адекватно реагувала на потреби національної економіки, покупця і торгових партнерів. Одним із основних напрямків державної політики України в області харчування населення є формування законодавчої і нормативної бази [2, с.64 - 65]: удосконалення нормативної і законодавчої бази, яка регулює виробництво, зберігання, транспортування, збут, реалізацію, якість, безпеку продовольчої сировини і харчових продуктів; розробка системи законодавчих актів відносно збільшення відповідальності виробника за якість та безпеку харчових

продуктів; створення та удосконалення нормативної бази продуктів дитячого харчування, лікувально-профілактичного та дієтичного харчування.

Для здійснення державної політики в області харчування розроблений цілий механізм реалізації даної політики у сфері здорового харчування. Одним з важелів механізму державної політики в області здорового харчування є удосконалення державної системи стандартизації і сертифікації продовольчої сировини, харчових продуктів, добавок і виробництва, приведення її до відповідності з вимогами міжнародної практики.

Соціокультурні - сюди належать зміни соціальних настанов, рух та захист інтересів споживачів, рівень смертності та народжуваності, структурний склад населення тощо. Щоб ефективно реагувати на зміну соціокультурних факторів, організація повинна пристосуватися до нового зовнішнього середовища.

Відзначаючи важливість впливу кожного фактору на підвищення конкурентних переваг підприємства і результативність економічної стратегії необхідно підкреслити, що в сучасних умовах функціонування необхідно підтримувати їх на належному рівні.

Більшість українських підприємств харчової промисловості знаходяться у скрутному становищі. Це головним чином обумовлено недостатнім вмінням використовувати конкурентні переваги. Уміння прогнозувати майбутнє, бачити можливості використання факторів, які впливають на економічну стратегію підприємства це все обумовлює подальший розвиток і вміння пристосовуватись у непередбачуваних та часто мінливих умовах зовнішньої дійсності.

Висновки. Теоретичний огляд факторів ринкового середовища та їх впливу на управління економічною стратегією підприємств харчової промисловості показав, що кожен з наведених підходів до класифікації факторів доповнюється якимись новими факторами, які не були враховані іншими дослідниками. Одним із недоліків наведених класифікацій є відсутність в багатьох з них акцентів на виділення факторів, які безпосередньо впливають на управління економічною стратегією підприємства. Для усунення цього недоліку було складено матрицю зовнішніх стратегічних факторів, які

найбільш всього впливають на економічну стратегію підприємства харчової промисловості в умовах ринкового середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон.наук, професора Тищенко О.М. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.

2. Романенко І.М., Фоміна С.В. Основні проблеми автентичності сокової продукції та шляхи їх вирішення. // Стандартизація Сертифікація Якість. № 2 (57) 2009р. С. 61 – 66.

3. О.А. Савчук, А.І. Пляскіна. Стратегічні фактори успіху харчових підприємств // Вестник ХНТУ № 3 (26), 2006 г., С 208 – 210.

Надійшла до редколегії (30.03.2010 р.)

Стаття рекомендована до друку

д.е.н., професор

_____ С.Г. Діордіца

(Підпис)