

всестороннього та об'єктивного оцінювання роботи підприємства є аналіз їхньої господарської діяльності.

У системі методів управління виробництвом аналіз діяльності підприємств дає можливість здійснювати контроль за виробництвом, економічно обґрунтовувати управлінські рішення, виявляти і більш повно використовувати резерви виробництва.

Перелік посилань

1. Андрєєва Г. І. Економічний аналіз: Навч.-метод. посіб. – К.: Знання, 2008. – 263 с.
2. Економічний аналіз: Навч. посіб./ За ред. М. Г. Чумаченка. Вид. 2-е переобл. і доповн. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
3. Енергетична стратегія України на період до 2030р. від 15 березня 2006р. № 145 // <http://kmu.gov.ua>.
4. Іваненко В. М. Курс економічного аналізу: Навч. посіб. – 5-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2006. – 261 с. - (Вища освіта XXI століття).
5. Каптуренко М. Г., к.е.н., Божій А. С. Енергоефективність – запорука економічної безпеки // Економічний простір. – 2008. - №9. – С. 198-204.
6. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 662 с. – (Вища освіта XXI століття).

Gavrish O.A.

doctor of Science, Engineerings, professor NTUU «KPI»

Kirjakov M.M.

student TEF NTUU «KPI»

The article deals with theoretical and methodological principles of economic analysis. The nature and characteristic features of the power analysis, trends and changes in performance factors.

Гречко А.В.

к.е.н., ст. викл. НТУУ «КПІ»

Клименко І.А.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

В роботі здійснюється структурування зовнішнього середовища підприємства, виділення основних його компонентів, характеристика та аналіз факторів зовнішнього середовища підприємства.

Ключові слова: Зовнішнє середовище підприємства, мікро- та макросередовище, фактори зовнішнього середовища.

Вступ. Будь-яке сучасне підприємство знаходиться під значним впливом непередбачуваних та динамічних у часі факторів зовнішнього середовища. В

особливій мірі це твердження стосується вітчизняних промислових підприємств. Соціально-економічні трансформації, що тривають в Україні, значно посилюють ризики та непередбачуваність зовнішнього середовища. Вітчизняні підприємства, працюючи в умовах відносно високого рівня інфляції і недобросовісної конкуренції, завищених кредитних ставок, залежності від світових цін на енергоресурси, повинні гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища та впроваджувати свої проекти змін. Ступінь адекватності економічної поведінки підприємства в цих умовах стає найважливішим фактором його розвитку. Тому проблема розвитку підприємства в умовах впливу факторів зовнішнього середовища набуває особливої актуальності.

Постановка задачі. Метою дослідження є розгляд сутності поняття зовнішнього середовища підприємства, характеристика та методи аналізу факторів зовнішнього середовища

Результати дослідження. Поняття зовнішнє середовище підприємства передбачає сукупність суб'єктів і сил, що знаходяться за межами організації, і спричиняють вплив на її діяльність [1].

До основних характеристик зовнішнього середовища можна віднести:

1. Взаємопов'язаність факторів: сила, з якою зміна одного чинника впливає на інші фактори.
2. Складність: число і різноманітність факторів, що впливають на організацію.
3. Рухливість: відносна швидкість зміни середовища.
4. Невизначеність: відносна кількість інформації про середовище і впевненість в її точності[2].

У науковій літературі існує досить багато точок зору з приводу структури зовнішнього середовища. Але найбільш широко поширений підхід, згідно з яким у зовнішньому середовищі будь-яких організацій виділяють два рівні: мікро- та макросередовище.

Макросередовище створює загальні умови перебування організації в зовнішньому середовищі і формує її довгострокову прибутковість. Фактори, віднесені до макросередовища, практично не підконтрольні з боку фірми. Вони діють на всі організації і не характеризуються специфічними особливостями стосовно окремо взятої організації. Але разом з тим вплив макросередовища на різні організації різний, що визначається сферою діяльності, територіальним розташуванням, розмірами, потенціалом організації тощо. Можна виділити деякі специфічні характеристики макросередовища:

– макросередовище звичайно складніше, ніж мікросередовище, що обумовлюється його невизначеністю, тобто відсутністю інформації про стан і можливі зміни середовища. Останнє не дозволяє спрогнозувати наслідки впливу цього середовища на організацію;

– макросередовище впливає на діяльність організації опосередковано (побічно), тобто не так помітно, як мікро-середовище. Проте цей вплив необхідно враховувати;

– процеси, що протікають у макросередовищі, досить складні, найчастіше взаємозалежні і суперечливі.

До складу основних факторів макросередовища відносять: економічні, технологічні, соціальні, політичні фактори.

Серед методів, які застосовуються для аналізу макросередовища, виділяють PEST-аналіз, за допомогою якого, організація формує свій особливий перелік ключових факторів середовища і визначається щодо методичних підходів, на основі яких вона буде проводити відповідний специфічний багатфакторний системний аналіз.

Вивчення мікросередовища організації спрямоване на аналіз стану тих складових зовнішнього середовища, з якими організація знаходиться в безпосередній взаємодії. При цьому важливо підкреслити, що організація може робити істотний вплив на характер та зміст цієї взаємодії, тим самим вона може активно брати участь у формуванні додаткових можливостей і в запобіганні появи загроз її подальшому існуванню. До числа основних факторів мікрооточення відносять: галузь, постачальників, споживачів, конкурентів.

Метою галузевого аналізу є визначення привабливості галузі й окремих товарних ринків усередині галузі. Даний аналіз починається з визначення основних економічних показників (розмір ринку, темпи зростання розмірів ринку, кількість компаній у галузі та ін.), їх характеристика та визначення стратегічної важливості ключових економічних характеристик.

Галузевий аналіз складає основу для розуміння кількісного і якісного змісту основних економічних показників, а також для визначення факторів, які характеризують зміни в галузі, напрямки її розвитку і можливих перешкод на цьому шляху. Але при аналізі галузі дуже часто стикаються з такою проблемою: можна визначити зміни в галузі, звертаючись до різних джерел інформації (газети, журнали, участь у виставках, семінарах, презентаціях, акціях, круглих столах, звіти експертів), але буває важко кількісно оцінити можливий вплив цих змін на розвиток і рентабельність виробництва. Таке становище вимагає додаткових аналітичних досліджень і розрахунків.

Наступний етап аналізу мікросередовища - це аналіз конкурентів. Конкурентний аналіз спрямований на визначення можливостей, загроз і відшукування стратегічних невизначеностей, що можуть створюватися конкурентами, що суперничають на певному ринку. Аналіз починається з визначення головних і потенційних конкурентів. Потім переходять до більш глибокого і ретельного вивчення різних аспектів їхньої діяльності: місії, цілей, стратегій, сильних і слабких сторін.

Тут застосовують модель п'яти сил конкуренції М. Портера, яка дозволяє визначити найкращу відповідність між внутрішнім станом організації і дією сил у її зовнішньому оточенні; концепцію стратегічних груп, яку використовують при порівнянні конкурентних позицій фірм галузі; аналіз поведінки фірм-конкурентів та ін[3].

Аналіз споживачів, як компоненти безпосереднього оточення організації, в першу чергу має своїм завданням складання профілю тих, хто купує продукт, реалізований організацією. Вивчення споживачів дозволяє організації краще усвідомити те, який продукт в найбільшій мірі буде прийматися споживачами, на який обсяг продажів може розраховувати організація, якою мірою споживачі прихильні до продукту саме даної організації, наскільки можна розширити коло потенційних споживачів, що очікує продукт у майбутньому і багато іншого. Все це дозволить фірмі максимально ефективно використовувати свій виробничий потенціал.

Профіль споживача може бути складений за такими характеристиками:

- географічне розташування споживача;
- демографічні характеристики споживача, такі, як вік, освіта, сфера діяльності і т. п.;
- соціально-психологічні характеристики споживача, що відображають його положення в суспільстві, стиль поведінки, смаки, звички і т. п.;
- ставлення споживача до продукту, що відбиває те, чому він купує даний продукт, чи є він сам користувачем продукту, як оцінює продукт і т. п.

Аналіз постачальників спрямований на виявлення тих аспектів в діяльності суб'єктів, що забезпечують організацію різними видами сировини, напівфабрикатами, енергетичними та інформаційними ресурсами, фінансами і т. п., від яких залежать ефективність роботи організації, собівартість і якість виробленого організацією продукту.

Постачальники матеріалів і комплектуючих виробів, якщо вони володіють великою вагою, можуть поставити організацію в дуже сильну залежність від себе. Тому при виборі постачальників дуже важливо глибоко і всебічно вивчити їх діяльність та їх потенціал з тим, щоб зуміти побудувати такі відносини з ними, які забезпечували б організації максимум сили у взаємодії з постачальниками. Конкурентну силу постачальника визначають наступні чинники:

1. Рівень спеціалізованості постачальника;
2. Величина вартості переключення постачальника на інших клієнтів;
3. Ступінь спеціалізованості покупця в придбанні певних ресурсів;
4. Концентрованість постачальника на роботі з конкретними клієнтами;
5. Важливість для постачальника обсягу продажів.

Висновки. Сьогодні зовнішнє середовище має важливе значення для усіх без виключення підприємств. З метою виживання і розвитку в умовах надзвичайно динамічного і невизначеного зовнішнього середовища (а це є загальними характеристиками сучасного оточення вітчизняних промислових підприємств) їм необхідно пристосовуватися до змін, а також самим активно впливати на фактори досліджуваного середовища.

А відтак особливого значення набуває управління, інформаційною основою якого є аналіз макро- і мікрооточення підприємства.

Таким чином, ефективне функціонування підприємства в умовах сучасного ринку можливо за умови системного аналізу факторів зовнішнього середовища та врахування впливу їх змін на ефективне функціонування.

Але досягнення означеної умови базується на розробці і здійсненні комплексного аналізу з урахуванням індивідуальних особливостей підприємства та його кадрового, фінансового і технічного забезпечення. Тільки за цієї умови можна розраховувати на реалізацію стратегічних і оперативних управлінських рішень, що приймаються.

Перелік посилань

1. Некрасова Н.С. Анализ внешней и внутренней среды промышленного предприятия (на примере ОАО «КОЖА») [Электронный ресурс] / Н.С. Некрасова// Проблемы экономики и прогрессивные технологии в текстильной, легкой и полиграфической отраслях промышленности. - 2010. – Режим доступа : http://dninauki.ucoz.ru/publ/katalog_statey/analiz_vneshnej_i_vnutrennej_sredy_promyshlennogo_predpriyatija_na_primere_oao_kozha/1-1-0-18
2. Яркіна, Т. В. Основы экономики предприятия: краткий курс. Учеб. пособ./ Т.В. Яркіна. - М.: ЮНИТИ, 1999. – 365 с.
3. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посібник. – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. - 366 с.
4. Цопа Н.В. Характеристика факторов внешней среды, влияющих на деятельность промышленного предприятия [Электронный ресурс] / Н.В. Цопа // Ежемесячный научно-практический журнал
5. Крымского отделения Академии экономических наук Украины - 2009. - № 28. – Режим доступа : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ekonk/2009_28/tsopa.pdf
6. Лопатовський В.Г. Аналіз зовнішнього середовища підприємства : характерні риси та перспективи проведення [Електронний ресурс] / В. Г. Лопатовський // Режим доступа http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/Znpchdtu/2009_22_1/articles/Problem_upravleniya/37_Lopatovskiy.pdf

Гречко А.В.

к.э.н., ст. препод. НТУУ «КПИ»

Клименко И.А.

студентка ФММ НТУУ «КПИ»

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В работе осуществляется структурирование внешней среды предприятия, выделение основных его компонентов, характеристика и анализ факторов внешней среды предприятия.

Ключевые слова: внешняя среда предприятия, микро-и макросреда, факторы внешней среды.

Grechko A.V., Klimenko I.A.

ANALYSIS OF ENVIRONMENTAL FACTORS OF THE ENTERPRISE

The paper is on structured environment of enterprise, characteristics and analysis of environmental factors of the enterprise.

Keywords: External environment of the enterprise, micro-and macro factors of the environment.
