

Підприємство як суб'єкт і об'єкт ринку

Підприємство є конституюючим (створюючим) осередком економічного комплексу країни, окремого регіону чи галузі. Виступаючи економічно та юридично відокремленим утворенням, підприємство є суб'єктом, тобто учасником ринкових відносин, що виявляється у його функції купівлі-продажу. Придбаваючи на ринку засоби виробництва, робочу силу й гроші для здійснення спланованої діяльності, підприємство виступає покупцем, а реалізуючи вироблені блага – продавцем.

Підприємство як суб'єкт ринкових відносин повинне бути:

- конкурентоспроможним стосовно аналогічних підприємств, які функціонують на ринку;

- взаємодіяти з підприємствами інших галузей, інфраструктурою. Підприємство може виступати й об'єктом ринкових відносин через те,

що має вартість і в певний момент може бути продане, тобто стає товаром, у результаті чого змінюється його власник.

Таким чином, підприємство в ринкових умовах є суб'єктом і об'єктом ринкових відносин.

Середовище господарювання підприємства.

Будь-яке підприємство існує і функціонує у взаємозв'язку з безліччю чинників, які по-різному впливають на підприємство і на його можливості, перспективи і стратегію. Сукупність чинників взаємодії розглядається в управлінні як середовище підприємства.

Забезпечити ефективне стратегічне управління можливо лише при врахуванні чинників середовища, що потребує їх класифікації.

В цілому чинники середовища можна групувати за такими ознаками:

1) за сферою оточення: зовнішні та внутрішні;

2) залежно від ступеня впливу: прямий та непрямий (побічний) вплив;

3) за характером дії: фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні;

4) залежно від ролі факторів у створенні підприємницького клімату: стимулюючі та стримуючі.

Зважаючи на те, що окремі чинники діють зсередини та можуть бути змінені зусиллями підприємства, а інші впливають зовні і не залежать від

підприємців, важливе значення для управління має розподіл середовища на зовнішнє та внутрішнє.

Підприємство як певна економічна система не може функціонувати ізолювано, воно постійно взаємодіє з оточуючим

середовищем. Підприємство купує сировину, отримує із зовні ресурси, реалізує продукцію та послуги, сплачує податки, отримує інформацію, використовує трудові ресурси. Таким чином, зовнішнє середовище підприємства – це сукупність економічних, соціальних, правових і природних умов та інших зовнішніх стосовно підприємства умов і факторів, які діють у глобальному оточенні; безпосередньо визначає ефективність роботи підприємства, – це насамперед споживачі продукції, постачальники виробничих компонентів, а також державні органи та населення, що проживає навколо підприємства.

Практично всі фактори зовнішнього середовища належать до неконтрольованих з боку підприємства. Але разом з тим, підприємство певною мірою може впливати на нього.

Залежно від характеру впливу зовнішнє середовище підприємства розрізняють на *макросередовище* та *мікросередовище*.

Макросередовище охоплює:

- матеріально-технічні та економічні умови;
- суспільні відносини, інститути та інші фактори, що впливають на підприємства та їх мікросередовище опосередковано.

Факторам макросередовища властивий високий рівень варіантності, невизначеності та непередбачуваності можливих наслідків.

Мікросередовище – прямий вплив на підприємство, найближче оточення підприємств. До нього належать постачальники, посередники, споживачі, конкуренти, контактні аудиторії.

Для ефективної роботи підприємства необхідний аналіз зовнішнього середовища, який дає підприємству час:

- для прогнозування можливостей;
- для розробки системи раннього попередження на випадок можливих загроз;
- на розробку стратегій, які можуть перетворити попередні загрози на вигідні можливості.

Внутрішнє середовище – це ситуаційні фактори всередині підприємства. Воно охоплює організаційну структуру, персонал, матеріальні, нематеріальні, фінансові ресурси, організаційну культуру, імідж підприємства; це люди, засоби виробництва, інформація та гроші. Результатами взаємодії компонентів внутрішнього середовища є готова продукція. Внутрішнє середовище кожної організації формується під впливом факторів, які безпосередньо впливають на процес перетворень на підприємстві.

Зовнішнє середовище є джерелом, що, з однієї сторони,

живить підприємство ресурсами необхідними для підтримки його внутрішнього потенціалу на належному рівні, а з іншої - створює умови та обмеження для діяльності. Підприємство знаходиться в стані постійного обміну із зовнішнім

середовищем, забезпечуючи тим самим собі можливість виживання. Ресурси зовнішнього середовища не безмежні і на них претендують багато інших підприємств, що знаходяться в цьому ж середовищі. Тому завжди існує можливість того, що підприємство не зможе отримати потрібні ресурси із зовнішнього середовища. Це може ослабити його потенціал і привести до багатьох негативних для підприємства наслідків.

Внутрішнє середовище підприємства є джерелом його життєвої сили. Воно містить в собі той потенціал, який дає можливість підприємству функціонувати, а отже, існувати і виживати в певному проміжку часу. Але внутрішнє середовище може бути також і джерелом проблем і навіть загибелі підприємства в тому випадку, якщо воно не забезпечує необхідного функціонування підприємству.

Зовнішнє середовище в стратегічному управлінні розглядається як сукупність двох відносно самостійних підсистем: макросередовища (середовище непрямого впливу) та мікросередовища (середовище прямого впливу).

До основних **чинників макросередовища** відносять:

1) економічні чинники: зміни в грошових і натуральних доходах населення, розмір заробітної плати, пенсії, інфляція, стан і розвиток вітчизняного виробництва, розвиток міжнародних економічних відносин;

2) політичні чинники: політична стабільність в державі та регіоні, напрямки розвитку політичної системи;

3) правові чинники: вплив законодавчого поля на підприємницьку діяльність, методи державного регулювання діяльності підприємств, відношення держави до малого бізнесу стабільність законодавчої бази;

4) демографічні чинники: характеризуються загальною чисельністю населення його чоловічою групою та темпами зміни чисельності населення в цілому;

5) природні чинники: екологічний стан держави, регіону, області;

6) соціально-культурні чинники: рівень народного добробуту і рівень задоволення фізіологічних і раціональних норм споживання;

7) чинники науково-технічного прогресу: техніка і технологія.

До макросередовища також відноситься і глобальне середовище, вплив, якого не пов'язаний з особливостями конкретного регіону або країни.

До **чинників глобального середовища** відносять:

1) технологічні чинники включають знання, інформацію, розвиток науки і техніки, що відображають ступінь розвитку продуктивних сил у цілому. Найважливіші технологічні зміни, що впливають на бізнес у всіх країнах - це науково-технічний прогрес, що зумовлює появу нових матеріалів і технологій, розвиток інформаційних технологій, розповсюдження ресурсо- і енергозберігаючих технологій;

2) міжнародні чинники. Вони зумовлені такими світовими тенденціями, як глобалізація та інтернаціоналізація економіки, галузеві зрушення до сфери послуг і високих технологій, зростання гнучкості виробництва, ринкового збуту і продуктів, посилення конкуренції і співпраці, можливості для розвитку бізнесу компанії в інших країнах. Вказані тенденції знаходять своє відображення як у міжнародних домовленостях, так і в політиці і стратегії підприємств.

Чинники мікросередовища

1) споживачі: стан і розвиток потреб попиту на товари, і розвиток ринку;

2) постачальники: привабливість постачальників, доцільність договірної політики;

3) конкуренти: чисельність конкурентів, їх активність та стан конкуренції цілому;

4) посередники та контактні аудиторії.

Схематично чинники середовища представлені на рисунку 2.1.



Рисунок 2.1- Середовище підприємства

Фактори зовнішнього середовища:

1. економіка держави (рівень розвитку, аналіз таких показників, як: ВВП, темп інфляції, рівень безробіття, продуктивність праці, ставки оподаткування та ін.);
2. політична система держави (особливості існуючої політики держави в галузі захисту прав підприємців та подальшого розвитку підприємницької діяльності);
3. правове поле (аналіз регулювання підприємницької діяльності законодавчими актами України);
4. соціально-культурний фактор (рівень розвитку суспільства в цілому, структура та характеристика існуючого ринку праці; рівень безробіття тощо);
5. технологічні можливості (рівень розвитку науки і техніки держави; рівень розвитку засобів зв'язку, транспорту, телекомунікацій тощо).

Фактори внутрішнього середовища:

- організація (місія, цілі та базової стратегії організації);
- фінанси (наявність власних та позичкових коштів, ліквідність, фінансовий стан, планування тощо);
- маркетинг (стратегія, асортимент, ціна, організація збуту, оцінка каналів збуту тощо);
- виробництво (концепція; обрана стратегія виробництва; персонал та його кваліфікація, виробнича потужність; технологія виробництва; ефективність виробництва тощо);
- структура персоналу (вік; стать; кваліфікація; наявність формальних та неформальних груп в організації); його навчання та розвиток (перспективи кар'єри; витрати, пов'язані з розвитком персоналу; оцінка кадрів); мотивація персоналу тощо;
- інноваційна діяльність (інноваційний потенціал організації; використання наукових досліджень тощо);
- інше.

Елементи внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства тісно переплетені і залежать один від одного. Можна говорити про те, що управління підприємством визначається двома основними чинниками: особливістю виробничого процесу і характером зовнішнього середовища.