

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. Обґрунтовано доцільність аналізу зовнішнього середовища у процесі антикризового управління підприємствами, а також на її основі та огляду ринку ПВХ-вікон проведено PEST-аналіз для підприємств, що функціонують у цій сфері.

Аннотация. Обоснована целесообразность анализа внешней среды в процессе антикризисного управления предприятиями, а также на ее основании и обзора рынка ПВХ-окон проведен PEST-анализ для предприятий, функционирующих в этой сфере.

Annotation. The expediency of analyzing the external environment in the process of anticrisis business management, PEST-analysis has been carried out for companies that operate on PVC Windows Market.

Ключові слова: стратегічне управління, PEST-аналіз, ПВХ-вікна, антикризове управління.

У сучасних економічних умовах функціонування господарюючих суб'єктів в Україні, що характеризуються високим рівнем розвитку кризових явищ в економіці, нестабільністю зовнішнього середовища та темпів його зміни, актуальним є використання ефективних методів та інструментів антикризового управління. У даному зв'язку важливим фактором обґрунтування доцільності та ефективності антикризових програм для підприємств виступає стратегічний аналіз. Так, основною метою стратегічного аналізу діяльності підприємства як інструменту антикризового управління стає оцінка ключових впливів на нинішній і майбутній стан організації та визначення факторів специфічного впливу на розвиток кризових явищ. Підприємство як відкрита система значною мірою залежить від навколишнього світу, від зовнішнього середовища, що особливо важливо враховувати підприємству, яке характеризується нестабільним функціонуванням. Застосування результатів стратегічного аналізу дає змогу підприємствам своєчасно й адекватно реагувати на зміни в середовищі їхнього функціонування та формувати перелік антикризових заходів, що в довготерміновій перспективі забезпечать подолання розвитку кризи, зростання вартості господарських одиниць і досягнення ними стратегічних завдань.

Сучасні підходи до формування та реалізації стратегії розвитку підприємств, у тому числі і в умовах кризи, викладені в роботах як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Серед них наукові праці Кіндрацької Г. І., Духоніна Є. Ю., Мостенської Т. Л., Рибінцева В. О., Пітера Ф. Друкера, Томаса Г. Герета та ін. [1; 2].

Зовнішнє середовище є джерелом, що забезпечує підприємство ресурсами, необхідними для підтримки його внутрішнього потенціалу. Проте ресурси зовнішнього середовища не безмежні. Саме тому потенційно існує небезпека того, що підприємство не зможе одержати необхідні ресурси із зовнішнього середовища в необхідний час, а для підприємства, що функціонує у стані кризи, це може бути життєво необхідним. Завдання стратегічного аналізу полягає в забезпеченні такої взаємодії підприємства з середовищем, яка дозволить йому підтримувати функціонування на рівні, необхідному для досягнення поточних цілей підприємства, а це, у свою чергу, надасть можливість виживання та ефективного функціонування у довгостроковій перспективі.

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища – це комплексне дослідження зовнішнього середовища організації (галузі, конкурентів, споживачів, постачальників) з метою оцінки можливостей та загроз і розробки оптимальної економічної стратегії на основі вибору з-поміж можливих альтернатив [1].

Аналіз зовнішнього середовища становить процес, за допомогою якого підприємство отримує можливість контролювати зовнішні щодо нього фактори з метою визначення можливостей і загроз. Оцінка впливу зовнішнього середовища на підприємство проводиться за такими параметрами: оцінка змін, що впливають на різні аспекти поточної стратегії; визначення факторів, які є загрозою для поточної стратегії підприємства; визначення факторів, що надають більше можливостей для досягнення загальних для підприємства цілей, унаслідок коригування плану. Аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на підприємство дає йому час для прогнозування можливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки таких стратегій, які дозволять перетворити загрози на будь-які вигідні можливості.

Розглянемо напрямки стратегічного аналізу зовнішнього середовища для підприємства, функціонуючого на ринку виробництва ПВХ-виробів, та діяльність якого характеризується наявністю кризових явищ. Розвиток українського ринку ПВХ-профілів відбувається у маркетинговому середовищі, яке формується в умовах трансформації національної економіки. Найбільше впливають на вітчизняний ринок ПВХ-профілів такі чинники макросередовища, як політико-правові, економічні, техніко-технологічні, соціально-культурні. Водночас діють сили і суб'єкти мікросередовища – конкуренти, клієнти, постачальники, контактні аудиторії. Ринок ПВХ-профілів є субринком ринку віконних конструкцій, тому аналізувати особливості та тенденції його формування і розвитку необхідно з урахуванням логістичного ланцюга "будівництво – виготовлення віконних конструкцій – виробництво ПВХ-профілю". Саме стабільні тенденції зростання обсягів будівництва і застосування нових конструктивних рішень, а також нових матеріалів та конструкцій у цивільному і промисловому будівництві привели до стабільного зростання

Проте зараз ринок ПВХ-профілю зазнає перетворень і у більшості своїй негативних. Причиною цього є кризові явища, що проявляються у галузі та дослідження яких є основною метою аналізу.

У зв'язку з цим у дослідженні запропоновано здійснити стратегічний аналіз зовнішнього середовища підприємства за допомогою PEST-аналізу. PEST-аналіз (іноді позначають як STEP) – це маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на бізнес компанії. Політика вивчається, тому що вона регулює владу, яка, у свою чергу, визначає середовище компанії й отримання ключових ресурсів для її діяльності. Основна причина вивчення економіки – це створення картини розподілу ресурсів на рівні держави, яка є найважливішою умовою діяльності підприємства. Не менш важливі споживчі переваги визначаються за допомогою соціального компонента PEST-аналізу. Останнім чинником є технологічний компонент. Метою його дослідження прийнято вважати виявлення тенденцій у технологічному розвитку, які часто є причинами змін і втрат ринку, а також появи нових продуктів.

Аналіз виконується за схемою "чинник – підприємство". Результати аналізу оформляються у вигляді матриці, підметом якої є фактори макросередовища, присудком – сила їх впливу, що оцінюється в балах, рангах та інших одиницях вимірювання. Результати PEST-аналізу дозволяють оцінити зовнішню економічну ситуацію, що складається у сфері виробництва та комерційної діяльності [2].

У табл. 1 наведено основні ключові фактори впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства, що займається виробництвом ПВХ-вікон. Виходячи з даних табл. 1, можна зробити висновок щодо значного впливу зовнішнього середовища на підприємства віконного виробництва.

Таблиця 1

PEST-аналіз виробника ПВХ-вікон

P	E
Мінливе законодавство. Митна політика. Вступ до СОТ	Пожвавлення розвитку будівництва. Нестабільність цін на ресурси. Кількість конкурентів. Зниження купівельної спроможності покупців. Сезонність виробництва. Недостатність сировини
S	T
Зміни в стилі і рівні життя. Вплив ЗМІ. Активність покупців	Розвиток технологій. Перехід до екологічних стандартів. Технологічна орієнтованість

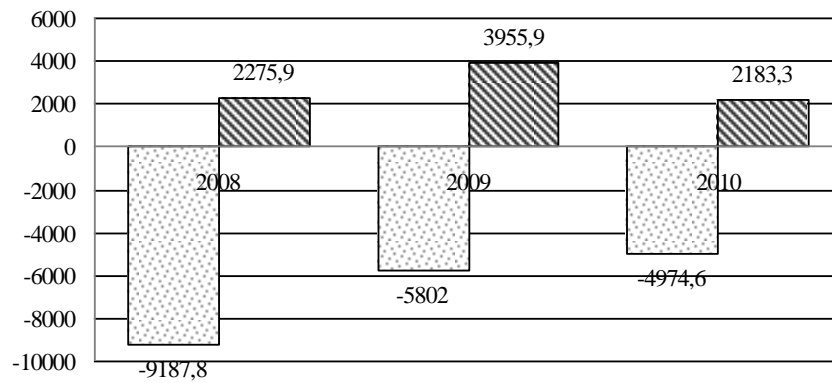
На цей момент Україна зазнає інвестиційну кризу. Погіршилися відносини із західними країнами, суттєво знизився інтерес західних інвесторів до економіки України. Країни Митного союзу також не поспішають фінансувати наші проекти. Російську економіку в аналогічній ситуації "виручають" багаті природні ресурси, яких немає в Україні. Усі ці процеси, безумовно, вплинули як на ринок об'єктного будівництва та скління в цій галузі, так і на активність приватного покупця вікон.

Виходячи з оглядової інформації ринку ПВХ-вікон, доцільно звернути увагу на результативність діяльності підприємств галузі та проаналізувати майновий стан та наявні в їх розпорядженні фінансові ресурси. Дане підприємство відноситься до малих, видом економічної діяльності яких є будівництво. Тому у першу чергу проаналізуємо фінансові результати даних підприємств до оподаткування за 2008 – 2010 роки (табл. 2, рисунок), наведені у звітах Держкомстату [4].

Таблиця 2

Фінансові результати малих будівельних підприємств до оподаткування у 2008 – 2010 рр., млн грн

Рік	Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
2008	-6911,9	62,6	2275,9	37,4	9187,8
2009	-1846,1	57,4	3955,9	42,6	5802
2010	-2791,3	56,2	2183,3	43,8	4974,6



□ Підприємства, які одержали збиток ▨ Підприємства, які одержали прибуток

Рис. Обсяги прибутків та збитків малих будівельних підприємств у 2008 – 2010 рр., млн грн

Виходячи з вищенаведених даних, можна зробити висновок, що кожного року збільшується кількість збиткових підприємств, проте обсяги збитків загалом по галузі мають загальну тенденцію до зниження – у 2008 році в Україні серед малих будівельних підприємств 37,4 % були збитковими, проте загальний обсяг збитків склав 9 187,8 млн грн. Натомість у 2010 році загальна сума збитків 43,8 % підприємств галузі склала 4 974,6 млн грн, що свідчить про відносне скорочення обсягу збитків на одне підприємство, що є позитивною динамікою.

Така ситуація пов'язана, передусім, з кризою фінансово-банківської сфери, різким та значним скороченням іпотечного кредитування та фінансування будівельних проектів, що й призвело до скорочення обсягів будівництва, зростання кількості збиткових підприємств, падіння рентабельності.

Таким чином, проведений аналіз дав можливість зробити висновок, що досліджувана галузь – будівництво – характеризується наявністю та досить високим рівнем розвитку кризових явищ, що негативно впливає на діяльність суб'єктів господарювання, які до неї відносяться. Виконання стратегічного аналізу зовнішнього середовища функціонування підприємств даної галузі надає можливість визначити фактори, що спричиняють розвиток кризи у суб'єктів господарювання та, відповідно, обґрунтувати розробку їх антикризових програм.

Наук. керівн. Журавльова І. В.

Література: 1. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2006. – 366 с. 2. Рибінцев В. О. Особливості стратегічного аналізу зовнішнього середовища виноробних підприємств України в ринкових умовах [Електронний ресурс] / В. О. Рибінцев // Проблеми системного підходу в економіці. – 2012. – № 1. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>. 3. Лаганін В. О. Дослідження особливостей і тенденцій розвитку вітчизняного ринку ПВХ-профілів / В. О. Лаганін // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2008. – № 623. – С. 130–136. 4. Державний комітет статистики України. – Режим доступу : ukrstat.gov.ua.