

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА

Хамдауї А., студент

Науковий керівник: Догадайло Я. В., к. е. н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Підприємство — це відкрита система, і його розвиток залежить від зовнішнього середовища (його також називають загальним оточенням, середовищем непрямого впливу або сукупністю неконтрольованих факторів). Дослідженню зовнішнього середовища слід приділяти достатню увагу, оскільки воно зумовлює рівень визначеності, в умовах якого приймаються управлінські рішення. Зовнішнє середовище – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх (відносно підприємства) умов і чинників, що діють у глобальному оточенні. Так, Дж. Белл [1] стверджує, що «зовнішнє середовище організації містить такі елементи, як споживачі, конкуренти, урядові установи, постачальники, фінансові організації та джерела трудових ресурсів, релевантні (тобто значущі) відносно до операцій організації». Однак такий підхід не розрізняє різних шарів зовнішнього середовища. Зовнішнє середовище, або середовище непрямого впливу, діє не безпосередньо на кожну окрему організацію, а на всі одразу. Це не означає, що їхній вплив менший за вплив факторів безпосереднього оточення. Ф.Котлер [2] вважає, що зовнішнє середовище (макросередовище) складається з шести основних факторів: демографічних, економічних, природних, науково-технічних, політичних і факторів культурного середовища.

Зовнішні фактори – це в основному неконтрольовані сили, які мають вплив на рішення менеджерів та їх дії і, в кінцевому підсумку, на внутрішню структуру і процеси в організації. Зовнішнє середовище організації - це сили, зовнішні стосовно до організації, які впливають на її результативність. Залежно від характеру впливу зовнішнє середовище поділяють на: конкурентне середовище (мікроклімат) та далеке середовище (макроклімат). З метою впорядкування методики аналізу макроклімат у вигляді двох складових – так звані групи. Розрізняють такі групи макроклімату: економічні; соціально-культурні; технічні; технологічні; політичні; демографічні та екологічні. Макроклімат створює загальні умови

середовища перебування організації. У більшості випадків макроклімат не носить специфічного характеру по відношенню до окремо взятої організації. Сила впливу стану макроклімату на різні підприємства різна. Це пояснюється з відмінностями у напрямках діяльності організацій і у потенціалі організацій. Для аналізу макроклімату пропонується використовувати допоміжну таблицю, в якій вказуються чинники та найважливіші фактори (таблиця 1).

Таблиця 1 – Характеристика стану макрооточення

Чинник	Найважливіші показники
Економічний	<ul style="list-style-type: none"> - платоспроможність населення; - рівень інфляції; - фінансово-кредитна політика в країні; - загальногосподарська кон'юнктура; - система оподаткування; - зміни в структурі споживання громадян; - еластичність попиту.
Соціально-культурний	<ul style="list-style-type: none"> - особливості пануючих у суспільстві традицій і вірувань; - рівень освіти; - ставлення людей до праці.
Технологічний	<ul style="list-style-type: none"> - рівень використання новітніх технологій; - темпи технологічних змін;
Технічний	<ul style="list-style-type: none"> - рівень придатності виробничого потенціалу підприємства; - інноваційний потенціал галузі.
Політичний	<ul style="list-style-type: none"> - стан законодавства, який регулює господарську діяльність; - державна економічна політика; - наслідки впливу зовнішньополітичних акцій на розвиток ринків збуту.
Демографічний	<ul style="list-style-type: none"> - чисельність населення; - розміщення на території країни; - міграційні тенденції; - вікова структура; - етнічна та релігійна структура населення; - народжуваність та смертність.
Екологічний	<ul style="list-style-type: none"> - стан і перспективи використання джерел сировини і енергоресурсів; - рівень забруднення навколишнього середовища; - рівень впливу держави на інтенсивність ресурсоспоживання.

Не всі фактори макрооточення однаково впливають на діяльність організації, тому кожен з них потребує детального аналізу з метою визначення значимості для конкретного підприємства.

Підприємства дорожнього господарства (ПДГ) займається будівництвом, реконструкцією, ремонтом і утриманням доріг, мостів інших споруджень і елементів обстановки доріг; автомобільними

перевезеннями вантажів і пасажирів як на території України, так і за межами, створенням і розвитком мережі закладів дорожнього сервісу, а також технічним обслуговуванням і ремонтом дорожньої техніки. Тому на їх діяльність впливатимуть лише деякі фактори з наведених у таблиці. Вивчення демографічного чинника дає змогу оцінити вплив чисельності населення, його вікової структури, народжуваності та смертності, міграційних процесів та інших факторів на діяльність підприємства. Одним з основних факторів даної компоненти, який впливає на діяльність ПДГ є чисельність населення, оскільки її зростання потребує збільшення обсягу робіт і навпаки. Вивчення економічної компоненти макрооточення дозволяє зрозуміти, як формуються і розподіляються ресурси. На досліджуване підприємство впливають такі фактори як рівень інфляції, система оподаткування, фінансово – кредитна політика в країні та купівельна спроможність населення. Вплив цих факторів зумовлений в основному рівнем цін на продукцію, обсягом продажу та розширенням виробництва. Тому не враховувати ці фактори в аналізі макроклімату неможливо. Що стосується екологічної компоненти, то можна відмітити що енергоресурси та забруднення навколишнього середовища негативно впливають на роботу дорожнього підприємства. Технологічний чинник включає в себе технологічні зміни та інноваційний потенціал які дорожнє підприємство повинно впроваджувати для росту ефективності своєї діяльності Соціально-культурний чинник не впливає на підприємство, що виключає аналіз факторів, що до неї належать.

Що стосується аналізу конкурентного середовища (мікроклімат), то він здійснюється в розрізі трьох компонент: постачальники, замовники та конкуренти. Такий аналіз передбачає виявлення тих аспектів діяльності, від яких залежить ефективність роботи певної організації, собівартість і якість виготовленої продукції. Конкурентне середовище — це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними. Замовників послуг ПДГ слід розділити на три основні групи залежно від джерел фінансування: державні підприємства, що займаються будівництвом, ремонтом і утриманням

автодоріг державного рівня; муніципальні (міські та обласні) підприємства, що займаються будівництвом, ремонтом і утриманням автодоріг міського та обласного рівня; недержавні організації та приватні особи, пов'язані з розпорядженням або використанням різного нерухомого майна та автотранспорту (в т.ч. гаражні кооперативи, дачні товариства, автостоянки власники житла, автовласники та ін.). Основними замовниками ПДГ являються муніципальні підприємства. Конкурентна ситуація на ринку дорожніх послуг характеризується з одного боку досить великою кількістю компаній, що працюють в цій галузі, з іншого – тим, що переважна більшість з них зайнято масштабними роботами, пов'язаними з будівництвом магістралей. Кількість фірм, що спеціалізуються на будівництві та поточному ремонті доріг Харківської області дуже мало, що не створює перешкод для успішного функціонування організації. Посередники – підприємства, організації, які допомагають ПДГ в розподілі дорожніх робіт та послуг (склади, кредитно-фінансові установи, маркетингові агентства). Постачальники забезпечують підприємство необхідними матеріально-технічними, трудовими та інформаційними ресурсами. Кожне виробниче підприємство має ретельно стежити за динамікою цін на об'єкти постачання, регулярністю постачань ресурсів, необхідних для виконання виробничої програми. Основними постачальниками дорожньої техніки являються російські та українські заводи дорожніх машин. Що стосується матеріалів – асфальтобетонний та цементобетонний заводи. Таким чином, аналіз чинників зовнішнього середовища дозволяє організації пристосовуватись до змін що відбуваються в макро та мікрокліматі, як однієї з основних умов життєдіяльності організації.

Література.

1. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 1999. 384 с.
2. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг. Менеджмент Изд. 15-е / пер. с англ. Санкт-Петербург : Питер, 2018. 848 с.