

Г. А. Мохонько,
старший викладач, Національний технічний університет України
"Київський політехнічний інститут", Видавничо-поліграфічний інститут

ВПЛИВ НЕСТАБІЛЬНОГО РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТРАТЕГІЧНУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ВИДАВНИЧО- ПОЛІГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ

У статті досліджено вплив нестабільного ринкового середовища як потенційного джерела змін, на стратегічну стійкість підприємств видавничо-поліграфічної галузі. Проведено змістовний аналіз категорії "нестабільне ринкове середовище" та визначені його основні ознаки. Показано зв'язок між внутрішнім, зовнішніми факторами, що впливають на стратегічну стійкість підприємства, та підсистемами, що її забезпечують.

In the article analyses the influence of the unstable market environment, as potential source of changes, on strategic stability of the enterprises of publisher--polygraphic branch. The substantial analysis of a category "the unstable market environment" and its certain basic signs is carried out. Communication between internal, external factors which influence strategic stability of the enterprise, and subsystems that it provide is shown.

Ключові слова: стратегічна стійкість підприємства, нестабільне ринкове середовище, невизначеність, фактори.

ВСТУП

Діяльність кожного підприємства здійснюється під впливом факторів ринкового середовища, що значною мірою визначають її поведінку на ринку та в кінцевому результаті впливають на ефективність роботи. Неприятливі фактори погрожують економічній безпеці підприємства, створюють кризову ситуацію, яка порушує його стійкість у конкурентному середовищі. Сьогоднішня характеризується посиленням конкуренції на ринку друкованої продукції, кризовими тенденціями економічних процесів, що обумовили високу нестабільність оточення організації.

В умовах нестабільного ринкового середовища, безпрецедентної появи викликів та загроз політичного, економічного, техногенного, соціального характеру вельми важливою є проблема забезпечення стійкого розвитку підприємства, забезпечення його стратегічної стійкості. Однією із важливих задач вирішення цієї проблеми є узгодження дій і пошук альтернатив взаємодії підприємства з навколишнім середовищем [13].

Активізації досліджень компенсації збурень навколишнього середовища, його впливу на ефективність діяльності підприємства сприяла наукова діяльність як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, що працювали в різних галузях науки, серед яких можна виділити Г.Б.

Клейнера, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалова, В.В. Вітлінського. Зокрема, управлінню підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища присвячено ряд досліджень та публікацій: В.В. Пастухової [10], Ю.М. Слабковського, Д. Аакера. Проте теоретичні та методичні розробки щодо забезпечення стратегічної стійкості підприємства видавничо-поліграфічної галузі у нестабільному ринковому середовищі не були предметом ретельного наукового дослідження. Відчувається недостатність науково-теоретичних узагальнень даної проблеми, необхідність подальшої розробки науково-методичних елементів, спрямованих на забезпечення стратегічної стійкості підприємства, що передбачає здатність управлінської системи сприймати вимоги нестабільного ринкового середовища та адекватно реагувати на них.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Мета статті полягає в дослідженні впливу нестабільного ринкового середовища як потенційного джерела змін на стратегічну стійкість підприємства, що є основою розробки механізму ефективної взаємодії підприємства з навколишнім оточенням, який дозволяє виявити проблемні сфери діяльності підприємства та скоординувати зусилля підприємства для його адаптації та закріплення позицій на ринку.

РЕЗУЛЬТАТИ

Підприємство видавничо-поліграфічної галузі, як і будь-яке інше, на ринку діє як виробно-економічна система, яка може існувати лише в умовах адекватної взаємодії із зовнішнім навколишнім середовищем і при наявності ефективного внутрішнього середовища. Сукупність внутрішнього та зовнішнього економічного середовища підприємства являє собою структуру ринкового середовища підприємства. Середовище характеризує умови, в яких функціонує галузь. Внутрішнє середовище підприємств видавничо-поліграфічної галузі пов'язане з внутрішнім процесом виготовлення друкованої та видавничої продукції [15, с. 61].

Під зовнішнім середовищем розуміють сукупність активних господарюючих суб'єктів, а також економічних, суспільних та природних умов, національних, міждержавних інституціональних структур, що діють в оточенні підприємства [4, 7].

У зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства можна виділити фактори, чи так звані, збуваючі дії, які являють собою безліч імпульсів економічного середовища, які мають постійний або періодичний характер, що здійснюють прямиий або опосередкований вплив на фінансово-господарську діяльність підприємства, які призводять до змін або коливань основних економічних показників підприємства [4].

Ринкове середовище характеризується нестабільністю. Більшість науковців, які описують різноманітні підходи до підвищення ефективності діяльності підприємства, згадують про нестабільність, мінливість середовища. При цьому зміст характеристики подібного стану середовища не пояснюється.

Перше достатньо глибоке дослідження було проведено Т.Барнсом і Дж.Сталкером, які ідентифікували два крайніх типи середовища: стабільне (яке залишається відносно постійним у часі) і нестабільне (для якого характерні невизначеність та швидкі зміни). Ґрунтовно проблему нестабільності середовища діяльності підприємства та її вплив на ефективність його роботи досліджено також І. Ансоффом [1]. Згідно тлумачного словника "стабільний" [латин. *stabilis*] означає "міцний, стійкий, надійний" [14]. Протилежним станом є — нестабільність, що характеризується неоднорідністю та різночасністю кожного із процесів, що відбуваються та всіх змін в цілому.

"Нестабільність" як філософську категорію та світогляд розглядав І.Пригожин, який зазначає в своїй роботі, що "признание нестабільности — не капитуляція, напротив — приглашение к новым экспериментальным и теоретическим исследованиям, принимающим в расчёт специфический характер этого мира" [12]. Феномен нестабільності приводить до серйозних проблем, перша із яких — проблема передбачення.

Отже, нестабільне середовище — оточення з високим рівнем взаємозалежності факторів, що тягне за собою складність, рухливість і невизначеність середовища.

Під нестабільним середовищем С. Б. Папін пропонує розуміти наступні особливості ситуацій:

— зміна значущості факторів, що об'єктивно існують у зовнішньому середовищі, що перешкоджає об'єктивній оцінці ситуації зі сторони суб'єкта управління і

що пов'язане зі структурною невизначеністю;

— зміна інтенсивності прояву значимих для суб'єкта управління факторів, що пов'язано з параметричною невизначеністю [9].

Нами були визначені (систематизовані) основні ознаки нестабільного ринкового середовища, головними з яких є:

1) невизначеність середовища — пов'язана з тим, що на ринкові умови здійснює певний вплив велика кількість факторів різноманітної природи та спрямованості, які не можуть бути об'єктивно оцінені й враховані у кількісному виразі [8].

Під невизначеністю слід розуміти неможливість оцінки майбутнього розвитку подій як з погляду ймовірності їх реалізації, так і з погляду масштабів і виду їх прояву [6]. Згідно точки зору Л.Г. Мельника, невизначеність — це те, що не підлягає оцінці [3, с. 280].

У дослідженнях В.В. Вітлінського виділено два типи невизначеності: "істинну", зумовлену властивостями економічних процесів, й "інформаційну", пов'язану з неповнотою й неточністю наявної інформації про ці процеси. Істинну невизначеність не можна плутати з об'єктивним існуванням різних варіантів економічного розвитку і можливості свідомого вибору з-поміж них ефективних варіантів. Ідеться про принципову неможливість точного вибору єдиного оптимального варіанта [2];

2) непередбаченість середовища. Під непередбачуваною нестабільністю розуміється ситуація, при якій передбачення поведінки зовнішнього середовища неможливе у тому числі і в стохастичних термінах. Інакше кажучи, параметри випадкових змінних зовнішнього середовища не можуть передбачатися [11];

3) складність середовища — визначається кількістю його компонент, які впливають на функціонування організації та інтенсивністю взаємодії між ними.

4) динамічність середовища — здатністю швидко змінюватися в часі.

Можна виділити ще одну ознаку нестабільного ринкового середовища — 5) турбулентність середовища, що означає постійні зміни ринкового середовища, які мають значний вплив на стратегічну діяльність [5]. Турбулентність характеризує неоднорідність змін середовища, у якому організація здійснює свою діяльність, тому вона розглядається як один з найважливіших факторів, що впливає на її стратегічну поведінку. Посилення турбулентності середовища діяльності організації спричинене стрімким розвитком науки, техніки, бізнес-процесів та ринкових механізмів, що виявляються у наступному [1]: зростанні новизни змін, підвищенні напруженості середовища функціонування підприємств, зростанні швидкості змін, зростаючі складність внутрішнього і зовнішнього середовища.

Фактори ринкового середовища здійснюють вплив на стратегічну стійкість підприємства, характеризуються високою динамічністю — здатністю швидко змінюватися в часі, і мають як внутрішні, так і зовнішні джерела. Таким чином, головною задачею управляючих структур як на мікро-, так і на макрорівні є забезпечення ефективного розвитку і недопущення різних кризових ситуацій.

Стратегічна стійкість виступає в якості залогоу виживання і основи стабільного положення підприємства. За-

Таблиця 1. Характеристика підсистем стратегічної стійкості підприємства ВПГ

Підсистеми стійкості	Характеристика
Виробнича	Характеризує наявність і результативність використання виробничого потенціалу на підприємстві
Фінансова	Характеризує наявність і результативність використання фінансового потенціалу на підприємстві, а також здатність підприємства в майбутньому не мати прострочених платежів за своїми зобов'язаннями
Інвестиційно-інноваційна	Характеризує здатність підприємства мати максимальний прибуток при мінімальній ризикованості вкладання коштів, активність інноваційних процесів
Управлінська	Характеризує відповідність і ефективність організаційної структури управління умовам внутрішнього і зовнішнього середовища
Маркетингова	Характеризує здатність підприємства завоювати нові ринки збуту, здатність до адекватного реагування на зміни умов збуту, управління і контроль за ринковими процесами.
Соціальна	Характеризує кадрову політику на підприємстві, умови адаптації трудового колективу до умов виробництва та забезпеченість підприємства об'єктами соціальної інфраструктури
Екологічна	Характеризує виконання заходів щодо забезпечення промислової безпеки праці та попередження випадків травматизму та дотримання правил, норм і нормативів щодо охорони навколишнього середовища, що прийняті у поліграфічній діяльності

безпечення стратегічної стійкості підприємства може залежати не тільки від ефективності вирішення управлінцями виробничих задач, реалізації соціальних та екологічних програм, але й врахування галузевої специфіки. Недотримання необхідного збалансування в розподілі та використанні внутрішніх ресурсів підприємства часто призводить до порушення позитивної динаміки його функціонування. Не приділяючи достатньої уваги управлінню планомірним розвитком всіх складових стратегічної стійкості, підприємство буде нездатним компенсувати негативні збурення зовнішнього та внутрішнього середовища, буде втрачати свої позиції на ринку друкованої продукції.

Як відомо, підприємство являє собою складну багаторівневу соціально-економічну систему. В якості відносно самостійних функціональних підсистем підприємства традиційно виділяється: технологічна, виробнича, матеріально-технічна, кадрова (соціальна), управління, інвестиційно-інноваційна, збуту та реалізації продукції тощо [7]. Виготовляючи друковану продукцію чи надаючи поліграфічні послуги, суб'єкти ВПГ з метою отримання прибутку іноді нерационально використовують природні ресурси, тим самим наносять шкоду навколишньому середовищу. Саме тому важливим є врахування і екологічної підсистеми діяльності підприємства. Виходячи з вище зазначеного, нами пропонується виділяти сім підсистем стратегічної стійкості: виробнича, фінансова, інвестиційно-інноваційна, управлінська, маркетингова, соціальна, екологічна (табл. 1). Результати діяльності підприємства видавничо-поліграфічної галузі, його стійкість залежить від узгодженості роботи всіх цих підсистем, саме ця узгодженість визначає стабільне положення підприємства на ринку господарюючих суб'єктів.

Здатність підприємства долати кризи, перемагати в конкурентній боротьбі, зберігати стратегічну стійкість багато в чому залежить від дії внутрішньої групи

Таблиця 2. Вплив внутрішніх факторів на стратегічну стійкість підприємства ВПГ

Фактор	Вплив, характеристика, складові	Підсистеми стратегічної стійкості підприємства ВПГ
Філософія підприємства	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ефективна стратегія з урахуванням конкуренції ➤ Стиль керівництва, адекватний стратегії ➤ Відповідна стратегії організаційна культура 	Управлінська стійкість
Матеріальні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> — забезпеченість підприємства основними видами факторів виробництва: поліграфічне машинобудування, целюлозно-паперова галузь, легка промисловість, хімічна і нафтохімічна, ПЕК — потужна матеріально-технічна база 	Виробнича стійкість
Технологія і організація виробництва	<ul style="list-style-type: none"> ➤ високий розмір страхових і сезонних запасів ➤ неефективна структура поточних витрат (висока доля постійних витрат) ➤ низький рівень використання основних засобів ➤ недостатньо диверсифікований асортимент продукції ➤ неефективний виробничий менеджмент 	Інноваційна стійкість
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ впровадження технічних інновацій 	Екологічна стійкість
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ екологізація виробництва ➤ охорона праці на підприємстві 	
Кадрове забезпечення	Впливає на продуктивність праці	Виробнича стійкість
	Умови праці на підприємстві Мотивація Наявність соціальної інфраструктури	Соціальна стійкість
Фінанси	<ul style="list-style-type: none"> ➤ фінансова стратегія ➤ структура активів (низька їх ліквідність) ➤ частка позикового капіталу ➤ доля короткострокових джерел залучення позикового капіталу ➤ дебіторської заборгованості ➤ вартість капіталу ➤ перевищення допустимих рівнів фінансових ризиків ➤ фінансовий менеджмент 	Фінансова стійкість
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ достатність обігових коштів для впровадження технічних інновацій ➤ фондовий портфель ➤ інвестиційні ресурси ➤ інвестиційний менеджмент 	Інвестиційно-інноваційна стійкість
Рівень маркетингу на підприємстві	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ефективна маркетингова служба ➤ Активність маркетингової діяльності ➤ Система контролю якості товарів 	Маркетингова стійкість
Інформаційне забезпечення	Використання сучасних технічних засобів збору, обробки, зберігання інформації	Управлінська стійкість

чинників — від стану його внутрішнього середовища.

Серед факторів, що впливають на стратегічну стійкість підприємства ВПГ, вирішальне значення мають домінуючі, які чинять значний безпосередній вплив на діяльність підприємства, і за допомогою яких безпосередньо створюються основні передумови для її забезпечення. Таким чином, внутрішні фактори — це сукупність факторів всередині підприємства, що визначають умови і можливості його діяльності. Основними факторами внутрішнього середовища для підприємств ВПГ є: філософія підприємства; матеріальні ресурси; технологія і організація виробництва; кадрове забезпечення; фінанси; рівень маркетингу та управління на підприємстві, інформаційне забезпечення (табл. 2.)

Чинники впливу зовнішнього середовища на стратегічну стійкість підприємства можна поділити на дві основні групи: прямої і непрямой дії. На стратегічну стійкість підприємства видавничо-поліграфічної галузі, як відкритої соціально-економічної системи, значний вплив мають такі зовнішні чинники непрямой дії: демографічні, політико-правові, економічні, науково-технічні, соціально-культурні, природно-екологічні, які несуть як загрози, так і можливості для діяльності підприємства.

Серед суттєвих загроз забезпечення стратегічної стійкості підприємства можна назвати: спад в економіці в цілому, погіршення життєвого рівня населення, низьку платоспроможність населення, недосконалість податкового законодавства в сфері видавничо-поліграфічної галузі, подорожчання поліграфічних матеріалів і послуг устаткування (економічні чинни-

ки); падіння народжуваності, збільшення смертності скорочення чисельності населення України (демографічні чинники); недостатнє політичне, і правове забезпечення видавничо-поліграфічної галузі (політико-правові); високий рівень безробіття, нестабільна заробітна плата (соціально-культурні чинники); забруднення навколишнього середовища, збільшення зборів на охорону навколишнього середовища (природно-екологічні).

Досліджуючи функціонування промислового підприємства та його стратегічну стійкість в умовах не-

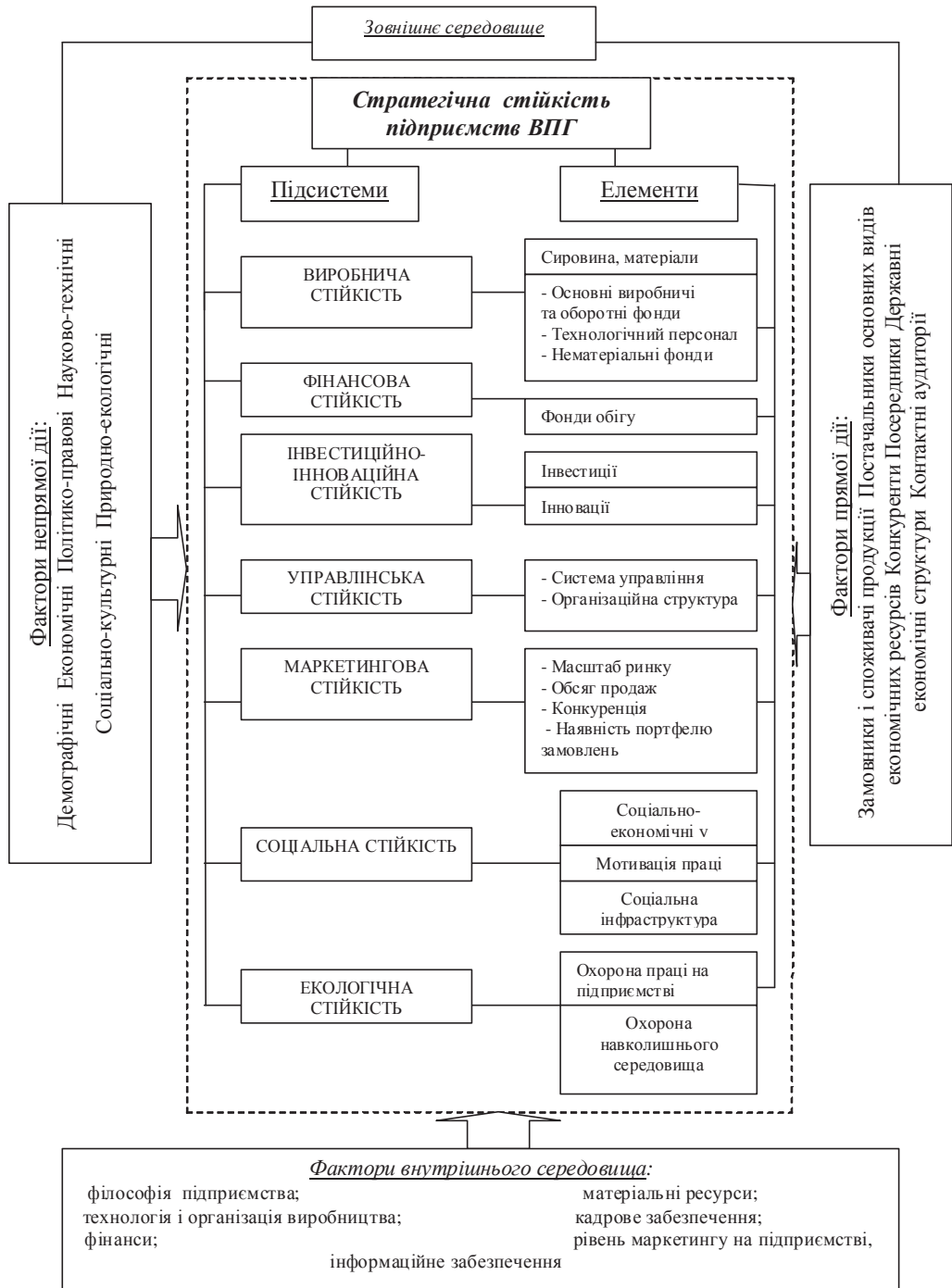


Рис. 1. Вплив нестабільного ринкового середовища на забезпечення стратегічної стійкості підприємств видавничо-поліграфічної галузі (розроблено автором)

стабільного ринкового середовища, нами пропонується концепція забезпечення стратегічної стійкості, що базується на ув'язанні факторів, що впливають на стратегічну стійкість підприємства, з підсистемами, що її забезпечують. Зазначені підсистеми стратегічної стійкості підприємства характеризують з різних сторін стан, можливості й розвиток підприємства ВПГ, характеризують вплив збурення факторів нестабільного ринкового середовища на різні сфери діяльності підприємства і можливості підприємства надавати опір цим змінам (рис. 1). І можна сказати, що тільки взяті в комплексі виділені підсистеми дозволяють судити про забезпечення стратегічної стійкості діяльності підприємства, можливості його подальшого розвитку. Всі перелічені підсистеми та елементи знаходяться між собою в безпосередньому взаємозв'язку і взаємозалежності.

Отже, забезпечення стратегічної стійкості підприємства в умовах нестабільного ринкового середовища вимагає проведення безперервного моніторингу факторів, що має на меті зниження ступеня невизначеності відносно ситуації на ринку друкованої продукції, внесення коректив у стратегію підприємства таким чином, щоб найбільш ефективно використовувати сприятливі альтернативи.

ВИСНОВОК

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки:

1) в умовах нестабільного ринкового середовища для підприємства видавничо-поліграфічної галузі актуальним стає питання забезпечення стратегічної стійкості, що дозволяє вирішити проблему своєчасної економічної оцінки наслідків впливу внутрішніх та зовнішніх чинників на діяльність підприємства;

2) був проведений змістовний аналіз категорії "нестабільне ринкове середовище" та визначені його основні категоріальні ознаки, основними з яких є: невизначеність, непередбачуваність, складність, динамічність та турбулентність середовища;

3) забезпечення стратегічної стійкості підприємств в умовах нестабільного ринкового середовища вимагає проведення дослідження факторів, що сприяють виникненню спадів та ризикових ситуацій на підприємстві, які можуть привести до значних фінансових втрат внаслідок несвоєчасного реагування чи неадекватного підходу до управління. Нами були розглянуті внутрішні і зовнішні фактори, що впливають на стратегічну стійкість підприємства видавничо-поліграфічної галузі, які несуть як можливість для подальшого розвитку підприємства, так і загрози його існування на ринку друкованої продукції;

4) визначений вплив факторів нестабільного ринкового середовища на підсистеми стратегічної стійкості підприємства, що дозволяє оцінити вплив нестабільності на стан підприємства видавничо-поліграфічної галузі, його стратегічну стійкість та ефективність функціонування.

Подальші дослідження забезпечення стратегічної стійкості підприємств ВПГ вимагають розробку методичного підходу до оцінювання стратегічної стійкості, який дозволяє проілюструвати зв'язок підсистем і елементів стійкості, враховувати вплив факторів нестабільного ринкового середовища та визначити рівень стратегічної стійкості підприємства, проблемні сфери виробни-

чо-господарської діяльності підприємств видавничо-поліграфічної галузі.

Література:

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание / И. Ансофф / Пер. с англ. под ред. Петрова А.Н. — СПб.: Питер, 2009. — 344 с.
2. Вітлінський В.В. Моделювання економіки [Текст]: Навч. посібник / В.В. Вітлінський. — К.: КНЕУ, 2003. — 408 с.
3. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника. — Суми: ВТД "Університетська книга", 2004. — 648 с.
4. Забродский В.А. Анализ и предупреждение функционирования предприятия / В.А. Забродский, Т.С. Клебанова, В.И. Скурихин. — К.: Северо-Восточный научный центр Академии наук Украины, 1994. — 77 с.
5. Затолук Т.А. Турбулентність ринкового середовища та його вплив на розвиток підприємств [Електронний ресурс] / Т.А. Затолук // Інститут економіки та менеджменту: електронне наукове фахове видання. — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_2/Zatoluk_209.htm
6. Ильяшенко С.Н. Хозяйственный риск и методы его измерения: Учебн.пособ. / С.Н. Ильяшенко. — Сумы: ВВП "Мрія-1" ЛТД, 1996. — 102 с.
7. Клейнер Г.Б. Предприятия в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов. — М.: Экономика, 1997. — 482 с.
8. Макарик О.В. Обгрунтування управлінських рішень в умовах неповної визначеності в системі менеджменту підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Макарик Олександр Васильович; Сумський державний університет. — Суми, 2008. — 21 с.
9. Папин С.Б. Развитие организации розничной торговли в условиях нестабильной внешней среды: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Папин Сергей Борисович. — Ульяновск, 2007. — 24 с.
10. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством в умовах нестабільності зовнішнього середовища: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Пастухова Валентина Володимирівна; Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К., 2003. — 31 с.
11. Патлис А.Г. Стратегическое управление несбалансированной производственной системой в нестабильной внешней среде: автореф. дис.... канд. экон. наук: 08.00.05 / Патлис Артем Григорьевич. — Санкт-Петербург, 2008. — 23 с.
12. Пригожин И. Философия нестабильности / И. Пригожин // Вопросы философии. — 1991. — № 6. — С. 46—52.
13. Стратегічний менеджмент: теорія та практика: навч. посібник / Г.В. Осовська, О.Л. Іщук, І.В. Жалінська. — К.: Кондор, 2003. — 200 с.
14. Толковый словарь русского языка [Текст]: в 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. — М.: Гос. ин-т "Сов. энцикл."; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935—1940.
15. Швайка Л.А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі / Л.А. Швайка, А.М. Штангрет. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. — 480 с.

Стаття надійшла до редакції 30.09.2009 р.