**Соломянюк Наталія Миколаївна. Оцінка впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства в умовах невизначеності (на прикладі підприємств пивоварної галузі України) : Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Національний ун-т харчових технологій. — К., 2005. — 217, [13]арк. : табл. — Бібліогр.: арк. 197-206**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Соломянюк Н.М. «Оцінка впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства в умовах невизначеності (на прикладі пивоварної галузі України)». Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Національний університет харчових технологій, Київ, 2005.Дисертацію присвячено питанням теоретичного узагальнення та розробці методичних засад стратегічного планування на підприємствах пивоварної галузі України в умовах невизначеності оточуючого середовища.У дисертаційній роботі запропоновано структурну модель оцінки впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства та сформовано матрицю базових стратегій залежно від впливу впливу факторів та ймовірності їх виникнення, досліджено основні фактори оточуючого середовища та показники, що його характеризують; проаналізовано діяльність підприємств пивоварної промисловості за допомогою економіко-статистичних методів та моделей стратегічного аналізу.Розроблено та запропоновано методичні підходи до оцінки впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємств: шляхом удосконалення методу «стратегічної гнучкості», розрахунку підінтегральної функції стратегічного плану, визначення планового рівня конкурентоспроможності в умовах невизначеності. |

 |
|

|  |
| --- |
| В результаті дисертаційного дослідження виконано теоретичне узагальнення та запропоновано нові підходи до актуальної проблеми впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємств. Результати дослідження дозволили сформувати наступні основні висновки і відповідні методичні та практичні рекомендації.1. Проведено комплексне дослідження поняття „оточуюче середовище”, в результаті якого запропоновано модель впливу факторів оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства, яка передбачає дослідження розробки стратегічних планів на підприємстві (стратегічний план підприємства) під постійним безпосереднім / опосередкованим впливом факторів оточуючого середовища, в зв’язку з чим, заплановані показники зводяться до прогнозного значення (стратегічний стан підприємства).
2. Аналіз факторів оточуючого середовища показав, що дiяльнiсть суб’єктів господарювання постiйно знаходиться пiд впливом умов невизначеності. Невизначеністю є неповнота або неточність інформації про стан та умови реалізації запланованого, у тому числі пов'язаних з цим витрат і отриманих результатів. Загрози/ можливості майбутнього і створюють невизначеність оточуючого середовища. Однак, момент настання певної події передбачає перехід від поняття невизначеності до поняття ризику, тобто коли перед підприємством виникає конкретна задача прийняття рішення з визначеною ймовірністю. В результаті проведеного аналізу запропоновано модель оцінки впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства через встановлення взаємозв’язку між поняттями „невизначеність”, „оточуюче середовище” та „стратегічний план”.
3. Визначено, що базисними або еталонними стратегіями є підходи до росту підприємства, що по’вязані зі зміною стану (існуючого чи нового) одного або декількох стратегічних орієнтирів: товару, ринку, галузі, технології. Виходячи із цього, сформовано матрицю базових стратегій підприємства залежно від впливу факторів оточуючого середовища та ймовірності їх виникнення, на основі якої доведено, що ймовірність виникнення додаткових загроз діяльності підприємства зростає прямопропорційно до кількості нових елементів стратегії та переходу їх з позиції „існуючий” до позиції „новий”.
4. В результаті проведеного комплексного дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств пивоварної промисловості, проведено групування показників за факторами оточуючого середовища та визначено найвпливовішого з них - конкуренти. Доведено, що узагальнюючим показником при визначенні конкурентного статутсу підприємства або його позиції у конкурентній боротьбі служить рівень конкурентоспроможності, який застосовується для аналізу країн (на світовому рівні), підприємств (на рівні галузі) і для порівняльної характеристики товарів (різних виробників або асортиментної групи окремого підприємства).
5. Аналіз сучасного стану виробництва пивоварної промисловості показав, що зазначений ринок є одним із найбільш швидко зростаючих споживчих ринків в Україні, що зумовлено зародженням конкуренції між пивоварними заводами, спричиненої проявом дії механізму ринкового попиту і пропозиції, а також притоком іноземних інвестицій у галузь. Інтенсивність конкурентної боротьби досліджується за допомогою методів стратегічного аналізу (модель М.Портера, метод SWOT-аналізу, матриця Мак-Кінсі) діяльності основних його учасників, частка ринку яких становить близько 93,8%, а саме: «Сан Інтербрю Україна», ЗАТ «Оболонь», «ВВН — Україна», Донецька пивна компанія.
6. Застосовуючи кореляційний аналіз, встановлено практично лінійний зв’язок між об'ємом виробництва і площею багатокутника конкурентоспроможності. Отримані результати свідчать про те, що модель вцiлому адекватна явищу, яке описується, та з точністю 90,4% дозволяє визначати площу конкурентоспроможності підприємства залежно від зміни обсягів виробництва, вартості основних виробничих фондів, чисельності промислово-виробничого персоналу.
7. Проведений аналіз існуючих методик оцінки впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства дозволив удосконалити методику визначення стратегічної гнучкості підприємства шляхом розрахунку „крайніх точок” у значенні їх „крайнього оптимізму” та „крайнього песимізму”, а не на основі середнього значення, що дає змогу встановити межі невизначеності протягом всього планового періоду.
8. Запропонований математичний підхід до розрахунку підінтегральної функції стратегічного плану в умовах невизначеності, дозволяє здійснювати визначення загальної площі фігури, обмеженої цільовою функцією, яка описує стратегічний план підприємства, та можливими її змінами в умовах невизначеності. Таким чином, отримані результати характеризують не кінцеве значення залежної змінної цільової функції (яке може бути гіршим за очікувані прогнози), а її зміни протягом всього планового періоду.
9. На основі результатів дослідження впливу оточуючого середовища на стратегічні плани підприємства та вибору декількох можливих варіантів стратегічних напрямів розвитку підприємств пивоварної галузі України, автором проведена оцінка стратегічних планів на основі їх багатокритеріального рейтингування методом аналізу ієрархій. Застосування даної методики дозволяє встановити вплив на стратегічні плани підприємства кожного з факторів оточуючого середовища та обрати найкращий варіант за допомогою розрахунку вектору пріоритетів.

10. Підсилення конкурентної боротьби в пивоварній галузі України стало причиною втрати конкурентних позицій окремих її учасників. Запропонований автором методичний пiдхід до оцiнки впливу оточуючого середовища на стратегiчні плани в умовах невизначеностi на пiдприємствах пивовареної галузi, дозволяє визначення змiни площi багатокутника конкурентоспроможностi при стратегiчному плануваннi з урахуванням можливих загроз. Ефективнiсть використання значення площi багатокутника при розробцi стратегiчних планiв полягає в тому, що даний показник мiстить в собi потрiбний для пiдприємства, що розглядається, перелiк факторiв його внутрішнього середовища, якi можуть бути оптимально пiдiбранi для певних умов господарювання. |

 |