
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

УДК 339.138:658.5 (045)

В. М. Бондаренко, д.е.н.

О. В. Вихватенко, здобувач освітнього ступеня «магістр»

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ФАКТОРИ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩАТА ЇХ ВПЛИВ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПАТ «ТЕТІВСЬКЕ ХПП»

У статті здійснюється аналіз впливу внутрішніх факторів на підприємство та методи їхньої оцінки для оптимального функціонування організації. Розглянуто аналіз потужності підприємства та вивчено виробничі процеси та матеріально-технічне забезпечення підприємства. Достатній аналіз внутрішніх факторів на організацію дає змогу приймати максимально ефективні рішення на подальший розвиток організації.

Ключові слова: внутрішнє середовище, підприємство, виробництво, фінансовий стан, МТЗ, бухгалтерія.

Більшість сучасних підприємств орієнтується на отримання максимального прибутку, а задоволення потреб споживачів відійшло на другий план. Короткострокова прибутковість може призвести до загрози їх існування в майбутньому. Тому більш доцільним буде ефективно контролювати та вивчати внутрішні фактори. Адже, підприємство безпосередньо з ними пов'язане та може їх контролювати. Саме, за допомогою факторів внутрішнього середовища підприємство пристосовується до змін зовнішнього середовища.

Внутрішнє середовище являє собою сукупність ресурсів компанії (набір ключових процесів і елементів організації, стан яких визначає той потенціал і ті можливості, якими вона володіє: саме підприємство, його цілі, організаційна структура, що визначає характер прийняття рішень, система інструментів

маркетингу, виробничий цикл, корпоративна культура, а також персонал підприємства, частково власники капіталу і цілий ряд інших внутрішніх факторів), які є джерелом її життєвої сили. Внутрішнє середовище містить в собі той потенціал, який дає можливість організації функціонувати, отже, існувати і виживати в певному проміжку часу [2, с. 17-22].

Особливістю факторів внутрішнього середовища є те, що всі вони контролювані, так як саме підприємство визначає їх характеристики. Ключовим критерієм оцінки стану внутрішнього середовища і ресурсів повинна бути його ефективність з точки зору досягнення поставлених цілей в існуючому зовнішньому середовищі.

На рис. 1 показано внутрішнє середовище підприємства [1, с. 47-56].

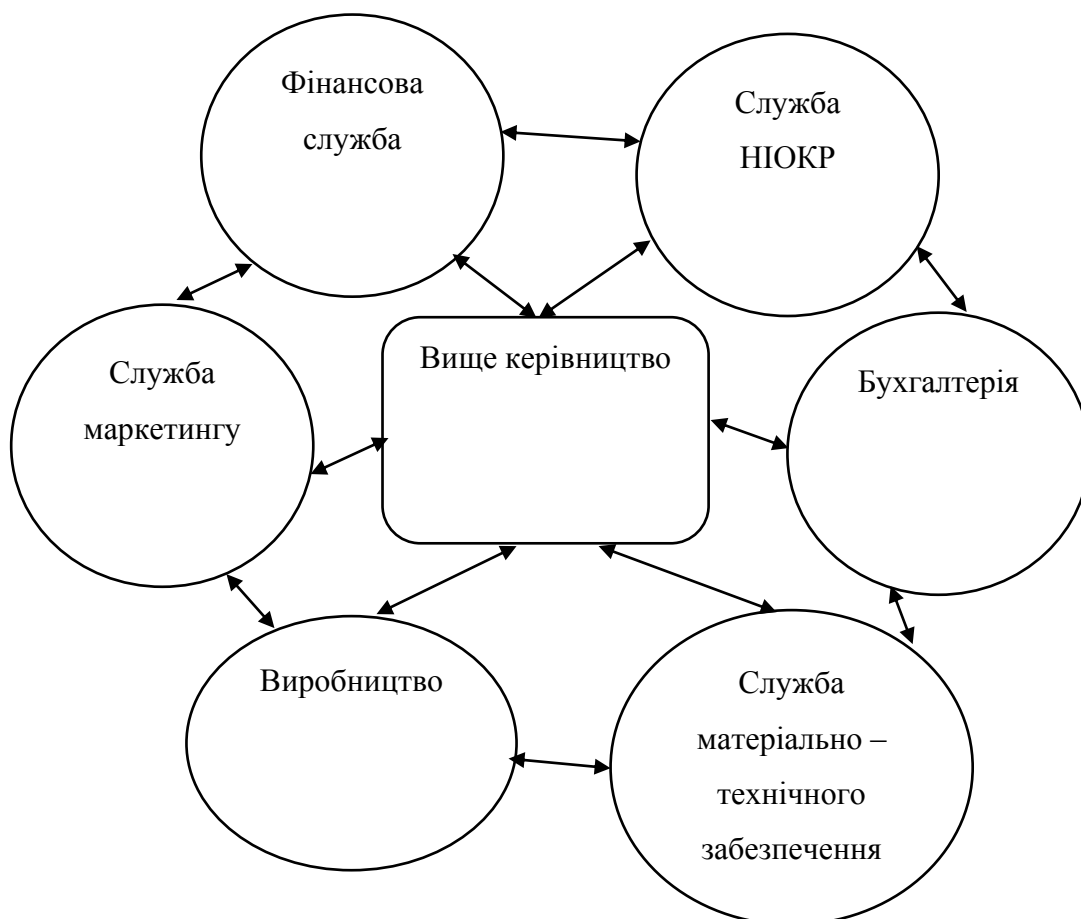


Рис. 1. Внутрішнє середовище маркетингу

Аналіз внутрішнього середовища маркетингу ПАТ «Тетіївське ХПП» буде робитися саме за такою схемою.

Склад та структура вищих органів управління ПАТ наведена на рисунку 2.

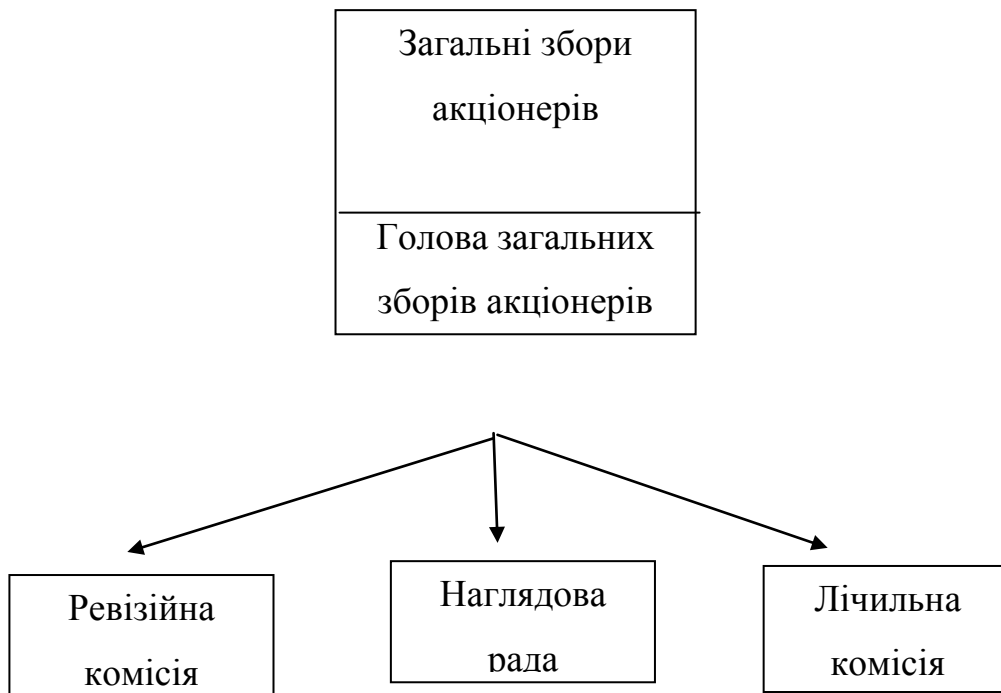


Рис. 2. Структура вищих органів управління ПАТ «Тетіївське хлібоприймальне підприємство»

Отже, управління товариством здійснюють загальні збори акціонерів – вищий орган управління товариства та правління товариством.

До компетенцій загальних зборів акціонерів відносяться затвердження статуту та внесення до нього змін і доповнень, обрання та відкликання членів спостережної ради та ревізійної комісії, затвердження річних результатів діяльності ПАТ «Тетіївське ХПП», створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій і представництв та прийняття рішень про припинення діяльності товариства.

Наглядова рада здійснює контроль за діяльністю правління підприємства. Вона визначає основні напрямки діяльності товариства, розглядає та погоджує звіти, які подає правління, розглядає проекти рішень загальних зборів акціонерів тощо.

Ревізійна комісія здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю правління товариства. Членами ревізійної комісії не можуть бути члени правління, спостережної ради та інші посадові особи.

Голові загальних зборів акціонерів підпорядковуються головний інженер, енергетик, механік, бухгалтер та економіст, в їх підпорядкуванні, в свою чергу знаходяться відповідні відділи. Така структура забезпечує швидку реалізацію управлінських рішень, сприяє спеціалізації і підвищенню ефективності роботи функціональних служб.

Фінансовий стан ПАТ «Тетіївське хлібоприймальне підприємство» залежить від обсягів послуг, що надаються, які обумовлені, в першу чергу, погодними умовами, державним регулювання галузі, а також можливістю залучення нових клієнтів та утримання існуючих, тобто управлінськими рішеннями, що приймаються на підприємстві.

Важливою складовою фінансового аналізу підприємства є оцінка його прибутковості. На рисунку 3. наведена динаміка доходів та прибутку підприємства за 2012-2014 роки.

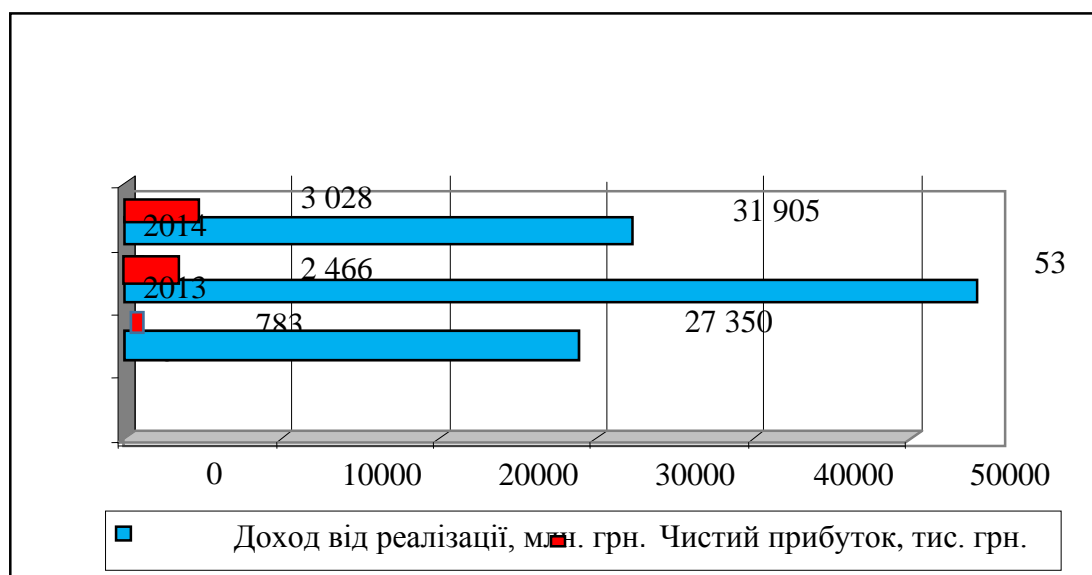


Рис. 3. Порівняння доходу від реалізації та чистого прибутку

Значні обсяги прибутку 2014 року у порівнянні з 2012 роком обумовлені великими обсягами закупівлі та заготівлі зерна. Це спричинено тим, що в 2014 році було зібрано рекордні врожаї зернових культур.

Всі виробничі процеси на підприємстві можна поділити на такі групи:

1) за призначенням:

- основні : лабораторний аналіз зерна, очистка, сушка, відвантаження.
- обслуговуючі, це ті виробничі процеси, які створюють умови для успішного виконання основних процесів: контроль якості зерна, переміщення зерна всередині цехів для зберігання, обслуговування робочих місць.

2) за рівнем технічної оснащеності:

- лабораторні процеси є переважно ручними
- виробничі процеси, які стосуються робіт в цехах для зберігання є переважно машинними та машинно-ручними.

Варто відмітити, що даний набір послуг є неодмінною складовою зберігання, так як перед прийманням від клієнта зерна, ПАТ «Тетіївське ХПП» обов'язково проводить його аналіз: визначається засміченність, рівень вологості, клейовини, білка, життєздатності, числа падіння тощо. Зерно направляється на зберігання і при необхідності проводиться його очистка та сушка, а по закінченню терміна зберігання – відвантажується клієнту.

Маркетинг являється одним із найважливіших наборів інструментів для ефективної роботи будь-якого підприємства. Маркетинг на підприємстві керується безпосередньо відділом маркетингу [4, с. 34].

На ПАТ «Тетіївське ХПП» відділ маркетингу відсутній, але його основними функціями займається головний інженер, який є відповідальним за відділ закупок та відділ збуту.

Матеріально – технічне забезпечення є основним показником забезпеченості підприємства всіма необхідними матеріалами, засобами, сировиною для повного його функціонування. Воно передбачає аналіз і дослідження ринку постачальників, оперативне управління запасами, контроль за ефективністю використання ресурсів [3, с. 77-84].

Основну частину основних засобів становлять будинки, споруди та передавальні пристрої – 8049 тис. грн.

До них належать:

елеватор;
лабораторія;
будівля камерних сушилок;
зерносклади;
зерносушарки;
зерноочисна башня;
склад;
силосний корпус;
водонапірна башта;
автогаражі;
адмінприміщення.

Вище перелічене нерухоме майно свідчить про те, що підприємство повністю забезпечене всіма необхідними спорудами для зберігання та сушіння зерна.

Значення матеріально-технічного забезпечення відіграє важливу роль на підприємстві, адже від його правильного планування залежить весь безперервний цикл роботи, що сприяє його розвитку в цілому.

Бухгалтерський облік є обов'язковим видом обліку, який ведеться підприємством. Фінансова, податкова, статистична та інші види звітності, що використовують грошовий вимірник, ґрунтуються на даних бухгалтерського обліку .

Враховуючи стратегічні настанови керівництва підприємства та реалії функціонування ПАТ «Тетіївське ХПП» необхідним є пошук шляхів подальшого розвитку підприємства. Результативність діяльності ПАТ «Тетіївське ХПП» значною мірою залежить від ефективності роботи сільськогосподарських підприємств, які користуються його послугами. Їх діяльність, в свою чергу, залежить від погодних умов, державного регулювання галузі, умов експорту –

імпорту та ін. Способом зменшення невизначеності умов функціонування, залежності від клієнтів та постачальників може бути здійснення нового виду діяльності.

Аналіз внутрішнього середовища є важким завданням, вирішення якої приділяється часом занадто мало уваги. Якщо все служби не об'єднані єдиною стратегією, не зацікавлені в реалізації спільних цілей маркетингу, то підприємство в цілому не може розраховувати на успіх. Співробітники служби науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, працюючи над створенням нових товарів, має право розраховувати, що відділ матеріально-технічного постачання забезпечить виробничі служби не тільки більш дешевим, але і якісною сировиною. І ті, й інші очікують від виробників випуску якісної продукції. Фінансовим службам не слід ставитися до витрат на просування фірмових товарів як до марної трати коштів. Керівництво підприємства не може бути стурбоване лише поточними проблемами і не замислюватися про стратегічні завдання.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємством та управління виробництвом: Вісник ТНЕУ. – 2014 – №2. – С. 415.
2. Олексенко Р. І. Функції та роль маркетингу в сучасних умовах господарювання / Р. І. Олексенко, І. О. Краскова, М. М. Поліщук. – Ефективна економіка. – 2014. - №11. – С. 283.
3. Перфілова О. Є. Проблеми та особливості вивчення внутрішнього середовища в стратегічному управлінні вітчизняних підприємств. – Актуальні проблеми економіки, 2013. - №11. – С.602.
4. Проблеми навколишнього середовища: Зб.наук.пр. – К., КНЕУ, 2013. – С. 194.
5. ПАТ «Тетіївське ХПП». Про компанію. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://patthpp.informs.net.ua>