

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ



**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 26
Частина 1

**Херсон
2017**

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойко В.І., Мамчур Л.В. Ринок м'яса: світові тенденції регіонального розвитку та виробництва / В.І. Бойко, Л.В. Мамчур // Економіка АПК. – 2011. – № 1. – С. 145–148.
2. Баль-Прилипка Л.В. Актуальні проблеми та характеристики стану м'ясної промисловості України / Л.В. Баль-Прилипка, Б.І. Леонова // Мясное дело. – 2010. – № 9. – С. 14–17.
3. Логоша Р.В. Аналіз сучасного стану експорту м'ясної продукції / Р.В. Логоша // Економіка АПК. – 2009. – № 10. – С. 120–124.
4. Левчук Н.И. Состояние и проблемы развития рынка мясной продукции в Украине / Н.И. Левчук // Мясное дело. – 2007. – № 3. – С. 38–41.
5. Богданюк О.В., Шовкова І.В. Основні напрями розвитку м'ясопродуктового підкомплексу / О.В. Богданюк, І.В. Шовкова // Економіка АПК. – 2012. – № 5. – С. 44–47.
6. Зубець М.В., Гузеев І.В. Стратегія розвитку м'ясного скотарства в Україні у контексті національної продовольчої безпеки / М.В. Зубець, І.В. Гузеев ; Укр. акад. аграр. наук, Ін-т розведення і генетики тварин. – К. : Аграрна наука, 2005. – 176 с.
7. Рудич О.О. Особливості маркетингової діяльності підприємств на ринку м'ясопродуктів / О.О. Рудич // Вісник БНАУ. – 2009. – Вип. 63. – С. 113–117.
8. Соловійов І.О, Туркот Т.І. Ринок продовольчих товарів: глибока сегментація споживачів / І.О. Соловійов, Т.І. Туркот // Маркетинг в Україні. – 2004. – № 1. – С. 4–8.

УДК 330.338.439(477)

Болдырева Л.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і логістики
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка*

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО СЕКТОРА

У статті зовнішнє середовище агропродовольчого сектора розглядається в контексті наявних функціональних видів (ресурсне, технологічне, економічне, соціальне, державне, правове, політичне чи політико-правове, культурне чи соціально-культурне, економічне, міжнародне, географічне). Зовнішнє середовище класифіковано за такими ознаками: рівень впливу середовища на організацію; структура зовнішнього середовища; рівень зовнішнього середовища; структура зовнішнього маркетингового середовища. Введено в науковий обіг такі поняття, як: «мікросередовище господарювання агропродовольчого сектора», «макросередовище господарювання агропродовольчого сектора», «мегасередовище господарювання агропродовольчого сектора», «гіперсередовище господарювання агропродовольчого сектора». Обґрунтовано головні параметри зовнішнього середовища агропродовольчого сектора: складність, невизначеність, неоднозначність, рухомість, взаємозалежність факторів середовища. Для інтегральної оцінки зовнішнього середовища агропродовольчого сектора економіки запропоновано використовувати методи координат та експертних оцінок.

Ключові слова: агропродовольчий сектор економіки, ринок, зовнішнє середовище, інтегральний показник.

Болдырева Л.Н. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНТЕГРАЛЬНОЙ ОЦЕНКИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО СЕКТОРА

В статье внешняя среда агропродовольственного сектора рассматривается в контексте имеющихся функциональных видов (ресурсная, технологическая, экономическая, социальная, государственная, правовая, политическая, или политико-правовая, культурная, или социально-культурная, экономическая, международная, географическая). Внешняя среда классифицирована по таким признакам: уровню влияния среды на организацию; структуре внешней среды; уровню внешней среды; структуре внешней маркетинговой среды. Введено в научный оборот такие понятия, как «микросреда хозяйствования агропродовольственного сектора», «макросреда хозяйствования агропродовольственного сектора», «мегасреда хозяйствования агропродовольственного сектора», «гиперсреда хозяйствования агропродовольственного сектора». Обоснованы основные параметры внешней среды агропродовольственного сектора: сложность, неопределенность, неоднозначность, подвижность, взаимозависимость факторов среды. Для интегральной оценки внешней среды агропродовольственного сектора экономики предложено использовать методы координат и экспертных оценок.

Ключевые слова: агропродовольственный сектор экономики, рынок, внешняя среда, интегральный показатель.

Boldyrieva L.N. METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF THE INTEGRATED EVALUATION OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE AGRICULTURAL SECTOR

The external environment of the agro-food sector of the economy should be considered in the context of the existing functional types of the external environment (resource, technological, economic, social, state, legal, political (political and legal), cultural (socio-cultural), economic, international, geographical). The external environment is classified by the following features: the level of environmental impact on the organization; the structure of the environment; the level of the environment; the structure of the external marketing environment. The following concepts have been introduced into the scientific circle: «microenvironment of the agro-food sector», «macroeconomic environment of the agro-food sector», «mega-environment of managing the agro-food sector», «hyper-economic environment of the agro-food sector». The coordinate method is recommended for an integrated assessment of the external environment of the agro-food sector of the economy, the expert estimation method.

Keywords: agro-food sector of the economy, market, external environment, integral indicator.

Постановка проблеми. Агропродовольчий сектор економіки (головний виробник продовольства в країні для внутрішніх і зовнішніх споживачів) взаємодіє із зовнішнім середовищем через ринки матеріально-тех-

нічних ресурсів та агропродовольчої продукції, органи державної влади, інші інституційні чинники. Як відкрита система агропродовольчий сектор відчуває тиск зовнішнього середовища, зокрема через зміну валют-

ного курсу, що впливає на рівень цін ресурсів і продукції, біфуркації соціально-політичної ситуації тощо.

З огляду на зазначене, важливою для прогнозування тенденцій розвитку агропродовольчого сектора є наявність ефективного інструментарію оцінки зовнішнього середовища, який би характеризувався коректністю одержуваної інформації та відносною простотою у практичному використанні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кожна організація як сукупність людей (чи господарюючих суб'єктів, наприклад агропродовольчого сектора) функціонує в певному середовищі.

Дослідники виділяють такі концепції середовища організації: неієрархічна модель середовища (Дж. Гелбрейт) [1] та ієрархічна модель середовища (У. Ділл, А. Томпсон, Л. Буржуа, М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Бостонська консалтингова група, Г. Олдріч, З.Є. Шершньова, С.В. Оборська) [2, с. 115; 3; 7, с. 34–37].

Макросередовище, на переконання Ф. Котлера [5 с. 142], представлено силами ширшого соціального плану, що впливають на мікросередовище – чинники демографічного, економічного, природного, технічного, політичного і культурного характеру.

Встановлено, що нестабільне зовнішнє середовище змушує підприємства агропродовольчого сектора формувати відповідні стратегії, наприклад стратегію обмеженості, стратегію додаткового резерву, стратегію визначення обмежуючих факторів [6, с. 221–222].

Проте до не повністю вирішених питань варто віднести необхідність деталізації видів зовнішнього середовища агропродовольчого сектора та чинників впливу, з'ясування головних параметрів зовнішнього середовища і методів його оцінювання.

Мета статті полягає в обґрунтуванні методичних засад оцінювання характеристик зовнішнього середовища агропродовольчого сектора шляхом використання інтегрального показника, застосовуючи методи координат та експертних оцінок.

Вклад основного матеріалу дослідження. Нами встановлено, що зовнішнє середовище агропродовольчого сектора може бути розглянуто в контексті наявних його функціональних видів (ресурсного, технологічного, економічного, соціального, державного, правового, політичного, чи політико-правового, культурного, чи соціально-культурного, екологічного, міжнародного, географічного).

Проведені дослідження дали змогу класифікувати види зовнішнього середовища за низкою ознак (табл. 1).

Ринок є частиною економіки й діє як система. Вплив держави на продовольчі ринки здійснюється через суб'єкти господарювання агропродовольчого сектора економіки з урахуванням дії зовнішнього середовища (рис. 1).

Нами визначено наукові підходи до понять «мікросередовища господарювання агропродовольчого сектора економіки», «макросередовища господарювання агропродовольчого сектора економіки», «мегасередовища господарювання агропродовольчого сектора економіки», «гіперсередовища господарювання агропродовольчого сектора економіки»:

– мікросередовище господарювання агропродовольчого сектора економіки – це середовище прямого впливу на сільське господарство, харчову промисловість, торгівлю продовольчими товарами. Тобто це учасники місцевого ринку, які перебувають у постійному взаємозв'язку і безперервно контактують між собою (суб'єктами мікросередовища господарювання агропродовольчого сектора виступають споживачі, конкуренти, державні органи влади, фінансово-кредитні установи, ринкові посередники, транспортні перевізники);

– макросередовище господарювання агропродовольчого сектора економіки – це сукупність економічних, політичних, природно-географічних, демографічних, науково-технічних, екологічних умов, а також суспільні відносини та інститути, що впливають на агропродовольчий сектор економіки, зокрема опосередковано на його мікросередовище. Це сукупність зовнішніх факторів, що опосередковано впливають на сільське господарство, харчову промисловість, торгівлю продовольчими товарами та які неможливо контролювати;

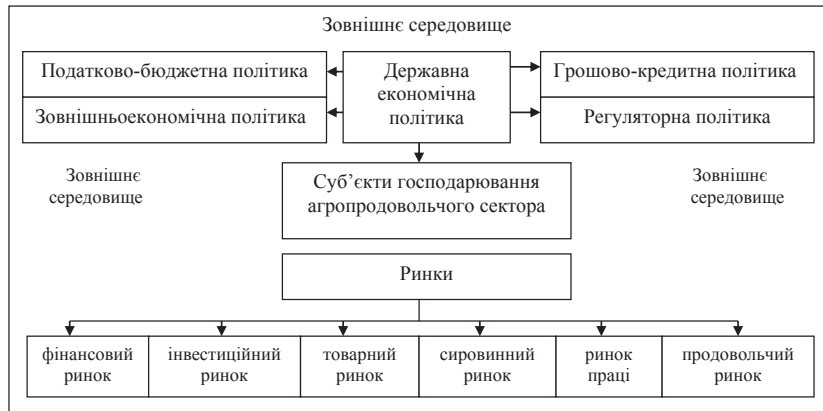


Рис. 1. Система впливу держави через суб'єкти господарювання агропродовольчого сектора економіки на ринки

Джерело: власна розробка

Таблиця 1

Методичні підходи до класифікації видів зовнішнього середовища

Класифікаційні ознаки	Види зовнішнього середовища	Автори, рік, джерело
1. Рівень впливу середовища на організацію	1.1. Середовище прямого впливу (дії) 1.2. Середовище побічного впливу (дії)	М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі (1992 р.) [2]; Н.І. Новікова (2008 р.) [3]
2. Структура зовнішнього середовища	2.1. Макросередовище 2.2. Мікросередовище	В.Г. Андрійчук (2004 р.) [7, с. 98–111]; О.С. Іванілов (2009 р.) [8]
3. Рівні зовнішнього середовища	3.1. Макрорівень (світове середовище) 3.2. Мезорівень (галузеве, регіональне середовище) 3.3. Мікрорівень (середовище підприємства)	Д.В. Райко (2008 р.) [9, с. 135]
4. Структура зовнішнього маркетингового середовища	4.1. Мікрозовнішнє середовище 4.2. Макрозовнішнє середовище	О.О. Єранкін (2009 р.) [10, с. 249–250]

– мегасередовище господарювання агропродовольчого сектору економіки – це сукупність міжнародних умов і можливостей;

– гіперсередовище господарювання агропродовольчого сектору економіки – це технологія представлення будь-яких видів інформації у вигляді відносно невеликих блоків. У XXI ст. формуються ринки нового типу: ринки знань, технологій, інформації.

Схему макросередовища агропродовольчого сектору економіки наведено на рис. 2.

Структуру середовища господарювання агропродовольчого сектору економіки подано на рис. 3.

Коротко кажучи, мегасередовище господарювання – це світовий ринок; макросередовище господарювання – це ринок країни; мікросередовище господарювання – це місцевий ринок (рис. 3).

Зазначені чинники, на нашу думку, формують такі характеристики (показники) зовнішнього середовища (табл. 2).

Основні параметри зовнішнього середовища агропродовольчого сектору економіки наведено в табл. 3.

Варто зазначити, що представники всіх чотирьох методичних підходів одноставно прийняли таку



Рис. 2. Схема макросередовища агропродовольчого сектору економіки

Джерело: власна розробка

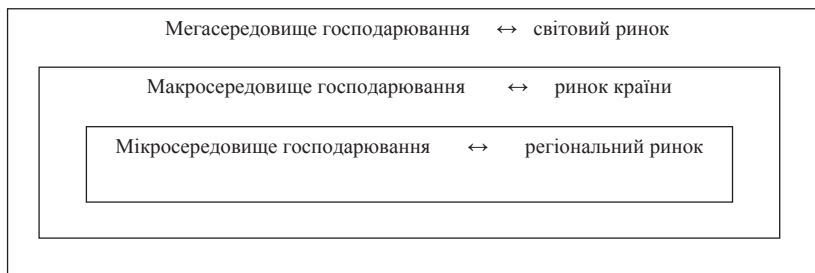


Рис. 3. Структура середовища господарювання агропродовольчого сектору економіки

Джерело: власна розробка

характеристику (показники) як складність зовнішнього середовища. Рухомість (мінливість, динамізм) та невизначеність вважаються представниками трьох підходів важливими характеристиками. Розглядаючи зовнішнє середовище як систему, варто погодитися, що важливим є взаємозалежність чинників зовнішнього середовища та їх неоднозначність. З огляду на зазначене, доцільно виділити такі основні параметри зовнішнього середовища агропродовольчого сектору економіки (табл. 3).

Для інтегральної оцінки зовнішнього середовища агропродовольчого сектору економіки, на нашу думку, доцільно використовувати метод координат, що достатньо широко застосовується в економічних дослідженнях [16, с. 185]. Формування інтегрального показника оцінки зовнішнього середовища агропродовольчого сектору економіки (S_i), вважаємо, варто здійснювати з урахуванням коефіцієнта вагомості окремих показників середовища (1):

$$S_i = \sqrt{k_1^2 \times a + k_2^2 \times b + k_3^2 \times c + k_4^2 \times d + k_5^2 \times e} \quad (1)$$

де a – рівень складності зовнішнього середовища агропродовольчого сектору;

b – рівень невизначеності зовнішнього середовища агропродовольчого сектору;

c – рівень неоднозначності зовнішнього середовища агропродовольчого сектору;

d – рівень рухомості зовнішнього середовища агропродовольчого сектору;

e – рівень взаємозалежності факторів зовнішнього середовища агропродовольчого сектору;

k_1, k_2, k_3, k_4, k_5 – відповідно коефіцієнти вагомості показників рівня складності, невизначеності, неоднозначності, рухомості, взаємозалежності факторів середовища агропродовольчого сектору економіки.

Вагомість окремих показників (k_1, k_2, k_3, k_4, k_5), на нашу думку, варто оцінювати за допомогою методу експертних оцінок [17].

Висновки з проведеного дослідження. Розглянуто зовнішнього середовища агропродовольчого сектору в контексті наявних функціональних видів зовнішнього середовища (ресурсного, технологічного, економічного, соціального, державного, правового, політичного, чи політико-правового, культурного, чи соціально-культурного, економічного, міжнародного, географічного).

Таблиця 2

Характеристики (показники) зовнішнього середовища

Підходи М.Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі	Підходи А. Бойна, К. Дж. Мейєра	Підходи І.Б. Запужляк	Підходи Л.Ф. Попової
1. Взаємозалежність чинників зовнішнього середовища	1. Різноманіття зовнішнього середовища	1. Складність	1. Неоднозначність
2. Складність зовнішнього середовища	2. Складність зовнішнього середовища	2. Взаємозалежність факторів	2. Невизначеність
3. Рухомість зовнішнього середовища	3. Динамізм зовнішнього середовища	3. Мінливість	3. Складність
4. Невизначеність зовнішнього середовища		4. Невизначеність	4. Ворожість

Джерело: систематизовано за даними [2, с. 115–118; 11–13]

Таблиця 3

Основні параметри зовнішнього середовища агропродовольчого сектора економіки

Параметри	Сутність поняття, джерело
1. Складність	Характеризує кількість змінних середовища та їх взаємозв'язок: чим більша кількість змінних і вища їх залежність, тим складніше зовнішнє середовище організації [12]
2. Невизначеність	Різниця між кількістю інформації, необхідної для виконання завдання, та кількістю інформації, що є на даний час в організації. Очевидно, рівень невизначеності можна зменшити за рахунок одержання додаткової інформації [14] Сприйнята оцінка інформації, визначеності причинно-наслідкових відносин і часового відрізка певної зворотної реакції. Відповідно до цього, рівень невизначеності зовнішнього середовища прямо залежить від таких її параметрів, як: нестабільність, незнання змінних, кількості змінних та їх взаємозалежності [15]
3. Неоднозначність	Ступінь значення основних змінних середовища, оцінки їх важливості та виражається у неясності, наявності багаточисельних і суперечливих інтерпретацій організаційної ситуації [14]
4. Рухомість	Швидкість, з якою відбуваються зміни в оточенні організації [2]
5. Взаємозалежність факторів середовища	Зміна одного фактора спричиняє зміни інших [13]

Джерело: узагальнено автором

Доведено, що види зовнішнього середовища можуть бути класифіковані за такими ознаками: рівень впливу середовища на організацію; структура зовнішнього середовища; рівень зовнішнього середовища; структура зовнішнього маркетингового середовища.

Запропоновано для введення у науковий обіг і практичного використання такі поняття, як «мікросередовище господарювання агропродовольчого сектора», «макросередовище господарювання агропродовольчого сектора», «мегасередовище господарювання агропродовольчого сектора», «гіперсередовище господарювання агропродовольчого сектора».

Обґрунтовано головні параметри зовнішнього середовища агропродовольчого сектора: складність, невизначеність, неоднозначність, рухомість, взаємозалежність факторів середовища.

Для інтегральної оцінки зовнішнього середовища агропродовольчого сектора економіки рекомендовано використовувати метод координат. Формування інтегрального показника оцінки зовнішнього середовища агропродовольчого сектора економіки варто здійснювати з урахуванням коефіцієнта вагомості окремих показників: рівня складності зовнішнього середовища агропродовольчого сектора; рівня невизначеності зовнішнього середовища агропродовольчого сектора; рівня неоднозначності зовнішнього середовища агропродовольчого сектора; рівня рухомості зовнішнього середовища агропродовольчого сектора; рівня взаємозалежності факторів зовнішнього середовища агропродовольчого сектора. Вагомість зазначених показників варто оцінювати за допомогою методу експертних оцінок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Galbrath J.R. Strategy implementation / J.R. Galbrath, K.K. Robert. – Los Angeles: West Publishing Company, 1986.
- Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.
- Новикова Н.И. Применение методологии стратегического анализа к управлению трансформационными процессами / Н.И. Новикова // Вестник КРСУ. – 2008. – Т. 8. – № 3. – С. 71–75.
- Шершньова З.Є. Стратегічне управління : [навч. посіб.] / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
- Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2007. – 656 с.
- Перебийніс В.І. Логістичне управління запасами на підприємствах : [монографія] / В.І. Перебийніс, Я.А. Дроботя. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 279 с.
- Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств : [підручник] / В.Г. Андрійчук ; 2-е вид., доп. і перероб. – К. : КНЕУ, 2004. – 624 с.
- Іванілов О.С. Економіка підприємства : [підручник] / О.С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
- Райко Д.В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація : [монографія] / Д.В. Райко. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 632 с.
- Єранкін О.О. Маркетинг АПК України в умовах глобалізації : [монографія] / О.О. Єранкін. – К. : КНЕУ, 2009. – 419 с.
- Boyne G.A., Meier K.J. Environmental Turbulence, Organizational Stability, and Public Service Performance // Administration & Society. – 2009. January. Vol. 40. – № 8. – P. 799–824.
- Попова Л.Ф. Оценка влияния факторов внешней среды предприятия на характеристики его организационной структуры / Л.Ф. Попова // Вести Волгоградского гос. ун-та. Серия 3: Экономика. Экология. – 2014. – № 2(25). – С. 54–61.
- Запухляк І.Б. Розвиток підприємства та нестабільність середовища: взаємозв'язок та взаємозалежність / І.Б. Запухляк // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2015. – Вип. 13. – Ч. 1. – С. 87–89.
- Lawrence P. Differentiation and Integration in Complex Organizations / P. Lawrence, J. Lorsch // Administrative Science. – 1967. – № 12. – P. 1–30.
- Daft R.L. Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design / R.L. Daft, R.H. Lengel // Management Science. – 1986. – Vol. 32, iss. 5. – P. 554–571.
- Перебийніс В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : [монографія] / В.І. Перебийніс, О.В. Перебийніс. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2006. – 207 с.
- Гнатієнко Г.М. Експертні технології прийняття рішень : [монографія] / Г.М. Гнатієнко, В.Є. Снитюк. – К. : Маклаут, 2008. – 444 с.