

в устойчивом развитии сельской местности. 70 лет УГСХА»: сборник научных трудов – Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2013. – С. 60 – 63.

4. Жирнов, А.В. Методика и результаты исследований социальной ответственности агробизнеса / А.В. Жирнов, Г.В. Лапшина, Ю.А. Лапшин // Международный технико-экономический журнал. – 2013. – № 6. – С. 65 – 68.

## **THE PARTICIPATION OF AGRIBUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS**

*Zhirnov A.V., Lapshina G.V., Lapshin Y.A.*

**Key words:** *agribusiness, social responsibility, rural areas.*

*The results of sociological research in the field of social responsibility managers of agribusiness in rural development of the Ulyanovsk region.*

УДК 338.24

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЗИЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Замалетдинов Д.Р., студент 3 курса  
экономического факультета*

*Научный руководитель – Иванова Н.А.  
кандидат экономических наук, доцент*

**ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»**

**Ключевые слова:** *среда организации, воздействие среды организации на деятельность производителя, инновационная позиция организации.*

*В статье рассмотрена проблема влияния различных факторов внешней среды на деятельность производителя. Оценка*

*влияния отдельных факторов внешней среды применена на примере ООО «Приморье» Мелекесского района Ульяновской области.*

Рассмотрение среды организации является одним из основных аспектов изучения инновационной позиции организации. Экономическая и политическая ситуация в стране, конкуренция и правовой климат – все это оказывает колоссальное влияние на деятельность предприятия, его стратегическое планирование. Следовательно, руководитель должен тщательно изучать среду, в которой ему приходится работать, с целью максимального приспособления к ней. Среда предприятия представлена субъектами и факторами, влияющими на возможность его эффективной деятельности в плане предоставления товаров и услуг потребителям.

Внутренняя среда контролируется предприятием, к ней относятся система, способы и методы получения информации о рынке, планирование, товаров и цен, условия и места продажи, методы стимулирования. Внутреннюю среду образуют субъекты, имеющие непосредственное отношение к самому предприятию и его возможностям по обслуживанию клиентуры (потенциальные потребители, поставщики посредники и конкуренты). С помощью факторов внутренней среды предприятие приспособляется к изменению внешней среды.

Внешняя среда — это комплекс факторов, оказывающих непосредственное влияние на производственную и финансово-хозяйственную деятельность компании. Влияние факторов внешней среды на устойчивость положения компании на рынке получило признание лишь в 50-х гг. 20 в., когда ряд стран встал на путь постиндустриального развития.

Внешняя среда образуется из макросреды, куда входят экономические, политические, правовые, социально-культурные и научно-технические составляющие и микросреды – потенциальных потребителей, поставщиков и посредников, конкурентов. Внешние факторы не контролируются предприятием. Изменения каждого из этих факторов требует немедленного реагирования и оптимального приспособления.

Все факторы внешней среды можно условно разделить на две

основные группы: прямого и косвенного воздействия (рис. 1).



Рисунок 1 – Факторы внешней среды организации

Степень одновременного воздействия тех или иных факторов внешней среды на компанию называется сложностью внешней среды.

Внешняя среда постоянно меняется, скорость изменения внешней среды определяет ее подвижность. Для разных компаний даже в условиях одной страны подвижность среды может быть различна. Это связано с характером деятельности предприятия на том или ином рынке.

Наличие факторов, оказывающих одновременное воздействие на предприятие, определяет сложность среды. Зависимость фирмы от количества информации, которой она располагает, характеризует неопределенность внешней среды.

При изучении инновационной позиции организации широко применяется методика оценки факторов внешней среды организации экспертным методом.

С целью проведения подобного анализа необходимо создать группу экспертов, как правило на практике это руководитель и главные специалисты предприятия. Ими выделяются факторы, оказывающие воздействие на деятельность предприятия. Затем каждому из факторов экспертным путем дается оценка.

Важность для отрасли (А) по шкале:

3 – большая

2 – умеренная

1 – слабая.

Влияние на предприятие (В) по шкале:

3 – сильное

2 – умеренное

1 – слабое

Направленность влияния (С) по шкале:

+1 – позитивное

-1 – негативное

Далее все экспертные оценки перемножаются и получается интегральная оценка (О), показывающая степень важности фактора для предприятия.

$$O = A * B * C.$$

По результатам оценки можно заключить, какие из факторов среды имеют более важное значение для предприятия и, следовательно, заслуживают самого серьезного внимания при разработке стратегии производителя [2, с. 54].

Нами применена данная методика для анализа и оценки среды сельскохозяйственного производителя Ульяновской области – ООО «Приморье», специализирующегося на производстве зерна.

На деятельность организации оказывают влияние огромное количество факторов, их рассмотрение ограничивается объемом информации, которой располагает исследователь. В связи с этим нами выделены некоторые факторы внешней среды, принятые к рассмотрению.

К факторам, оказывающим позитивное воздействие на организацию, относятся территориальная близость к основным транспортным артериям, достаточная нормативно-правовая база.

Таблица 1 – Оценка факторов внешней среды предприятия

Факторы внешней среды	Важность для отрасли А	Влияние на организацию В	Направленность влияния С	Степень важности О
Территориальная близость к основным транспортным артериям	3	2	+1	+6
Достаточная нормативно-правовая база по агропромышленному комплексу	3	2	+1	+6
Значительные колебания цен на зерновую продукцию	2	3	-1	-6
Слабая инфраструктура зерновой отрасли	3	1	-1	-3
Климатические условия зоны повышенного риска	1	3	-1	-3
Высокий уровень конкуренции	3	2	-1	-6

Существенное негативное воздействие на предприятие оказывают высокий уровень конкуренции в отрасли и значительные колебания цен на зерновую продукцию. Следовательно, стратегическим направлением деятельности для предприятия должны стать изыскание возможностей поиска рыночной ниши, не занятой конкурентами, а также сокращения затрат на производство продукции.

Это позволит ООО «Приморье» снизить риск негативного воздействия рассмотренных факторов внешней среды.

### Библиографический список:

1. Мустьякимова, Э.Р. Логистическая система / Э.Р. Мустьякимова, А.Е. Аношина // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции «Инновационный маркетинг и менеджмент: теория и практика». Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, ФГБОУ ВПО Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова; Под ре-

дакцией С.В. Генераловой. – 2014. – с. 88 – 90.

2. Долгова, И.М. Маркетинг: учебно-методический комплекс / И.М. Долгова. – Ульяновск: УГСХА, 2008. – 198 с.

3. Лапшина, Г.В., Менеджмент: учебно-методический комплекс / Г.В. Лапшина, Н.А. Иванова – Ульяновск: ФГОУ ВПО УГСХА, 2008. – 191 с.

## **INNOVATIVE RESEARCH ORGANIZATION'S POSITION**

*Zamaletdinov D.R., Ivanova N.A.*

**Keywords:** *environment of the organization, the impact of the environment on the activities of the organization of the manufacturer, the innovative position of the organization.*

*The article considers the problem of the influence of various environmental factors on the activity of the manufacturer. Assessing the impact of individual environmental factors used in the example Ltd. "Primorye" Melekessky district of Ulyanovsk region.*

УДК 658.5

## **АНАЛИЗ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕТОДОМ SWOT-МАТРИЦЫ**

*Замалетдинова Р.Э., студентка 3 курса  
экономического факультета  
Научный руководитель – Иванова Н.А.,  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

**Ключевые слова:** *среда организации, исследование среды организации методом SWOT-анализа*