

*Taras Y. Haida,  
competitor of economic cybernetics and information science department;  
Ternopil national economic university*

## Structural Model of Food Enterprise's Foreign Economic Activities as the Basis of Its Information Support

**Keywords:** *structural model, foreign activities, food industry, information and analytical support.*

**Annotation:** *This article describes a model of foreign trade activities of the food enterprise as the basis for its information and analytical support. In addition to this, model elements such as competitors, state authorities, suppliers, international agencies, and functional relationships between them are reviewed.*

На сегодня проблема обеспечения предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность, информационно-аналитическими данными конкурентного характера встает особенно остро. Для получения конкурентных преимуществ на мировом рынке явно недостаточно использования ценовых методов ведения конкурентной борьбы. Именно поэтому система, которая позволит оказывать качественную информационную поддержку управленческих решений может стать весомым инструментом повышения эффективности ведения сбытовой деятельности за рубежом предприятиями пищевой промышленности. Система информационно-аналитического обеспечения – это комплекс из аналитических инструментов, подходов, методов, а также материально-технического, кадрового обеспечения, который производит сбор, обработку, анализ и составление нужных для поддержки управленческих решений отчетов в определенной сфере деятельности предприятия. Однако, для построения и функционирования такой системы нужна определенная база, поле для работы аналитика. Наиболее подходящим стартом и основанием для этого будет создание модели внешней среды функционирования предприятия в наиболее широком плане.

Модель внешнеэкономической деятельности предприятий пищевой промышленности, которую также можно рассматривать как модель факторов влияния на процесс деятельности этих предприятий, изображена на рис. 1.

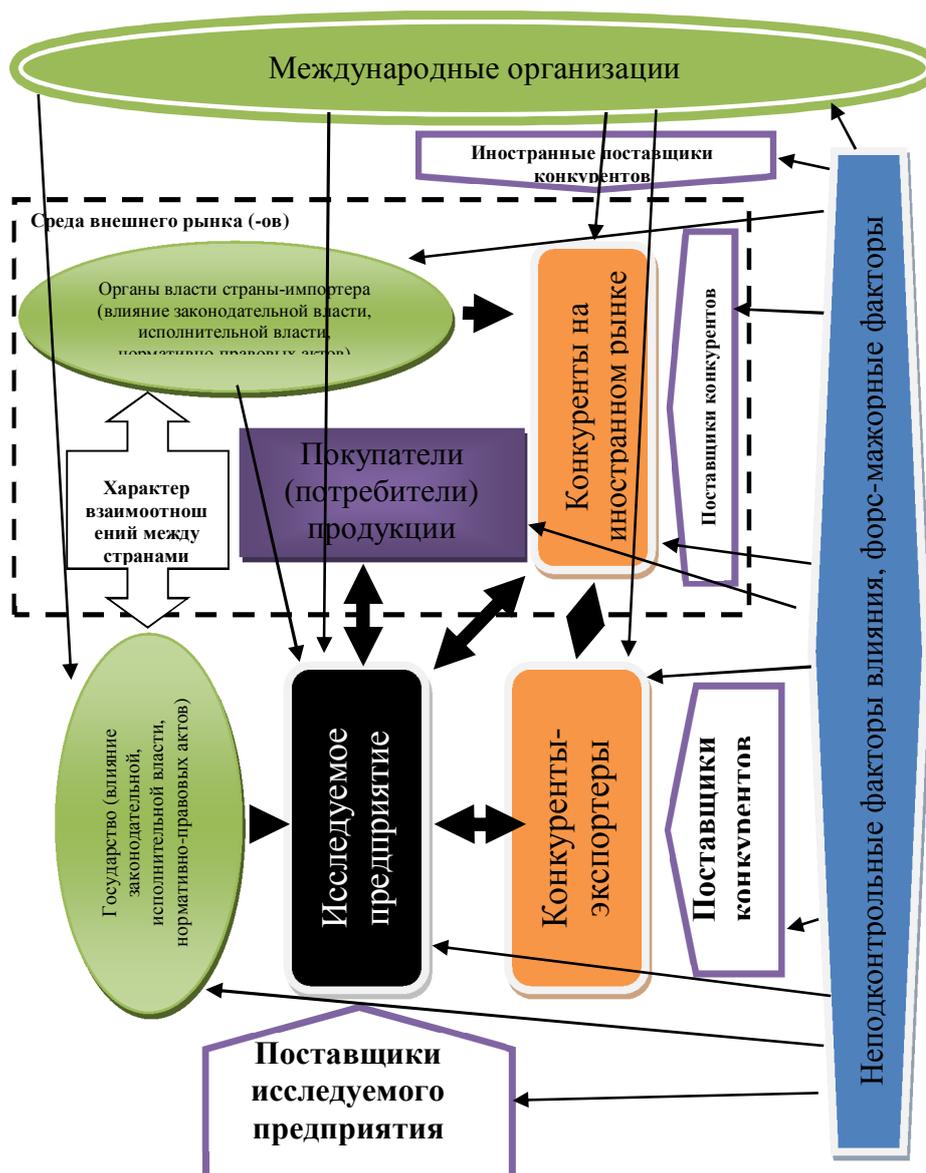


Рис. 1. Модель внешнеэкономической деятельности предприятия пищевой промышленности.

Данная структурная модель является, по сути, более детализированным, практически-ориентированным отражением среды предприятия. Как видно, здесь подробно очерчены поле производственно-сбытовой деятельности предприятия и взаимосвязи между ее звеньями (элементами).

Так, исследуемое предприятие имеет своих поставщиков сырья, иногда, эти поставщики могут иметь еще и своих поставщиков, которых тоже следует анализировать. Также есть взаимосвязь между конкурентами в различных формах (например, бизнес-переговоры, договоры, координация, ценовые и неценовые войны, бенчмаркинг и др.). Конкуренты также располагают сетью своих поставщиков, в пищевой отрасли они имеют особенно значительное влияние на деятельность предприятия и могут стать ценным источником для получения косвенной информации о конкурентах.

Органы государственной власти страны пребывания исследуемого предприятия и страны, на рынке которой планируется или уже реализуется продукция, тоже

осуществляют значительное влияние и требуют тщательного изучения. Особенно актуальны особенности законодательства, регулирующих производственную или сбытовую деятельность, ведь они оказывают прямое влияние не только на исследуемое предприятие, но и на деятельность конкурентов.

Также стоит отметить особенности и характер взаимоотношений между государствами, причем не только официальный, но и на уровне национальной специфики, значимость и влияние национальных меньшинств – ведь все это может иметь как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность предприятия на определенном рынке.

Другая группа факторов включена в среду внешнего рынка. Актуальность его анализа обусловлена тем, что именно сбытовая деятельность предприятий пищевой промышленности является чаще основным генератором прибыли, а исследования конъюнктуры рынков является приоритетным направлением информационно-аналитической работы на предприятии. Самым главным в среде внешних рынков является анализ покупателей, потребителей, особенностей спроса и т.п. Очень важно здесь отмечать тенденции и перспективы, а самое главное – осуществлять стратегическое и тактическое планирование. Как уже было отмечено выше, органы государственной власти страны, на рынке которой планируется реализация продукции, оказывают влияние на исследуемое предприятие. Чаще такое влияние осуществляется через таможенное регулирование, законы, явные и скрытые протекционистские меры и др.

Иным важным элементом исследования является изучение и формирование профиля конкурентов, действующих на целевом рынке и их поставщиков, как источники косвенных данных о деятельности этих конкурентов, взаимоотношений между конкурентами, присутствие холдингов, явных или скрытых картелей, тайных заговоров с целью олигополизации рынка.

Отдельным образом стоит отметить фактор влияния международных организаций. На сегодня практически вся деятельность на глобальных рынках регулируется тем или иными международными институтами, поэтому важно иметь актуальную информацию об изменениях тех или иных нормативов, протоколов, резолюций и т.д., которые регулируют прямо или косвенно сбытовую или иную деятельность на зарубежных рынках.

Последним, но очень важным элементом модели среды предприятия влияние неподконтрольных или форс-мажорных факторов. Сюда можно отнести не только стихийные бедствия или аварии, но и погодные условия, климатические особенности и т.д., ведь для пищевой отрасли такие факторы являются первичными при анализе и планировании производства. Например, анализируя погодные условия в определенном регионе можно судить о росте или снижении урожайности тех или иных культур, которые являются сырьевой базой для конкурентов. Это же можно утверждать и о собственном производстве. Как видно из рис. 1, эта группа факторов оказывает влияние на все элементы системы, в том числе на органы государственной власти и международные организации. К примеру, во время массовых засух правительство может осуществлять дотации в сельскохозяйственный сектор экономики, что приведет к изменению цен на сырье. Также органы государственной власти и международные организации под влиянием тех или иных форс-мажорных обстоятельств могут изменить квоту на импорт определенной продукции из той или иной страны или изменять другие условия ввоза, производства или реализации. Таким образом, все это требует тщательного исследования, причем исследования в динамике с возможным анализом перспектив.

Стоит отметить, что предлагаемая выше модель является достаточно обобщенной, даже не смотря на то, что она описывает процесс информационного

обеспечения именно для экспортоориентированных предприятий пищевой промышленности. Это объясняется тем, что реализация разнообразной продукции может потребовать несколько других подходов к информационному обеспечению. Но, не смотря на это, данную модель все же считаем достаточным для осознания функциональных взаимосвязей между элементами рыночной среды, имплементации в систему информационно-аналитического обеспечения практически всех экспортоориентированных предприятий пищевой промышленности.

**References:**

1. *Blumberg R, Atre S. More than Search: DM Review. 2003. №3(13); 42-47.*
2. *Eremia TV. Food industry specifics and its influence on the system of customer service: MGOU Journal. 2012. №3; 77-83.*
3. *Lyashenko OM. New information technology and analytical research of enterprise management systems: Innovative economy. 2012. №3(29); 20-24.*
4. *Negash S. Business Intelligence: Communications of the Association for Information Systems. 2004. Vol. 13.*
5. *Willen C. Airborne Opportunities: Intelligent Enterprise. 2002. №2(5); 11-12.*