

*Грінченко Р.В.,**к.е.н., доцент,**доцент кафедри економіки підприємств  
та організації підприємницької діяльності,**Одеський національний економічний університет*

## АНАЛІЗ КОМПОНЕНТ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** У статті виявлено основні складники середовища функціонування підприємства. Досліджено основні чинники, що впливають на зовнішнє середовище функціонування підприємства. Простежено основні завдання, етапи та показники кон'юнктурного аналізу функціонування підприємства.

**Ключові слова:** середовище, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, чинники, кон'юнктура.

**Постановка проблеми.** Сучасні динамічні умови господарювання підприємств вимагають формування ефективного механізму управління адаптаційними змінами, що буде здатен нівелювати негативні явища та створювати можливості для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Підприємства взаємодіють із великою кількістю суб'єктів та об'єктів, які необхідно враховувати під час формування механізму управління адаптаційними змінами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В останні роки багато зарубіжних та вітчизняних учених приділяють значну увагу питанням адаптації діяльності підприємств, серед них: Р. Акофф, І. Ансофф, Н. Білошкурська, П. Браунінг, М. Буднік, Н. Васюткіна, В. Дубчак, О. Кожевіна, Г. Козаченко, В. Кучеренко, Т. Ландіна, Л. Мельник, Б. Мільнер, Е. Пастухова, І. Пітайкіна, Л. Растрингін, Д. Хайман, О. Хитра, Г. Ханалісв, Е. Чиженкова, О. Шатілова, В. Якубів, В. Ячменьова та ін. Проте теоретичний базис адаптації діяльності агропромислових підприємств сьогодні повинен базуватися на досконалому розумінні сутності середовища, в якому функціонує підприємство, його основних компонент, взаємозв'язків та чинників, що впливають на основі складники середовища функціонування підприємства.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Формування механізму управління адаптаційними змінами підприємств повинно базуватися на досконалому аналізі можливих варіантів поведінки системи та основних її компонентів з їх взаємозв'язками; необхідно дослідити та систематизувати сутнісні характеристики середовища функціонування підприємства.

**Мета статті** полягає у дослідженні теоретичних підходів до визначення сутності середовища функціонування підприємства, його основних компонент, взаємозв'язків та чинників, що впливають на основі складники.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасні агропромислові підприємства, як і будь-які інші суб'єкти ринку, знаходяться та функціонують у своєму власному середовищі. Основою ефективного функціонування підприємств у сучасних динамічних умовах виступає наявність доступу до інформації відносно можливих змін у його середовищі та здатність підприємства гнучко реагувати на зміни. Підтвердженням думки про

необхідність постійного дослідження середовища діяльності підприємства виступають напрацювання провідних вітчизняних та зарубіжних науковців.

Так, О.С. Віханський стверджує, що «аналіз середовища вважається початковим процесом стратегічного управління, оскільки він забезпечує як базу для визначення місії і цілей підприємства, так і для розроблення стратегії поведінки, що дасть змогу підприємству здійснити свою місію і досягти своїх цілей» [1, с. 21].

А.П. Градова надає власне визначення середовища функціонування підприємства: «... середовище функціонування підприємства – це економічна категорія, яка відображає сукупність зовнішніх факторів впливу прямої та непрямої дії, що не знаходяться в межах прямого безпосереднього впливу з боку організації» [2, с. 56]. Проте таке визначення, на нашу думку, значно звужує поняття середовища підприємства, не враховує його власне сформоване внутрішнє середовище діяльності, яке також необхідно враховувати під час управління адаптаційними змінами.

Підприємства, як уже зазначалося, є відкритими системами. Вперше підприємство як відкриту систему запропонував розглядати німецький учений Х. Ульрех. Під час здійснення діяльності у будь-якого підприємства виникає зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування. Основними компонентами зовнішнього середовища, на його думку, виступають: державні органи, механізми ринкового контролю та його складники, громадські організації та засоби масової інформації [3].

Таким чином, підсумовуючи дослідження у сфері виявленні сутності середовища діяльності підприємств, слід підкреслити таке: будь-яке підприємство функціонує у зовнішньому та внутрішньому середовищі діяльності, тобто процес управління адаптаційними змінами повинен враховувати особливості зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства.

Зовнішнє середовище функціонування підприємства має характерну особливість – підприємство не в змозі самостійно управляти ним, тому виникає особлива актуальність у дослідженні його основних компонент та чинників, що впливають на нього. Такий підхід дасть змогу сформулювати ефективний механізм управління адаптаційними змінами підприємств, у тому числі й адаптацією до змін зовнішнього середовища.

О. Капліна, Д. Зайченко пропонують визначати зовнішнє середовище як сукупність зовнішніх факторів, з якими суб'єкти економічної діяльності взаємодіють та які повинні враховувати у своїй діяльності [4, с. 26]. Таке визначення зовнішнього середовища звужує його сутність тільки до врахування чинників, не враховуючи основні компоненти та можливі взаємозв'язки.

На думку М. Клименко [5, с. 78] зовнішні фактори – це переважно неконтрольовані сили, які мають вплив на рішення

менеджерів та їхні дії та в кінцевому підсумку на внутрішню структуру і процеси в організації. Проте, на нашу думку, зовнішні чинники можуть бути як контрольованими з боку підприємства, так і неконтрольованими. Такий підхід створює передумови для управління адаптаційними змінами діяльності підприємств у напрямі виявлення та управління контрольованими зовнішніми чинниками діяльності.

На думку Ф. Елбінг, «...зовнішнє оточення організації все більше стає джерелом проблем для сучасних керівників» [6, с. 23]. Проте такий однобічний підхід до розуміння зовнішнього середовища діяльності підприємства не може створити для нього будь-які можливості, звужує процес його діяльності тільки до пристосування, без застосування механізмів активної адаптації.

Основні фактори зовнішнього середовища розподіляють на дві групи: чинники макросередовища та чинники мікросередовища підприємства. Чинники макросередовища підприємства розглядаються як чинники непрямого впливу, тобто це соціальні, правові, політичні, економічні, інноваційні та технологічні чинники. Чинники мікросередовища розглядаються як чинники прямого впливу на діяльність підприємства, тобто це постачальники, споживачі, конкуренти, державні органи, з якими безпосередньо співпрацює підприємство, кредитно-фінансові установи, зовнішньоекономічні партнери та ін.

Можна виділити такі особливості чинників зовнішнього середовища діяльності підприємства [7, с. 179]:

- об'єктивний чинник виникнення впливу: умови виникають незалежно від діяльності підприємства і впливають на нього;
- взаємозалежність факторів: сила, з якою змінність одного фактора впливає на інші фактори;
- складність, кількість та різноманітність факторів, що суттєво впливають на підприємство;
- динамічність: відносна швидкість змінності середовища;
- невизначеність: відносна кількість інформації про середовище та ступінь її ймовірності.

Ці особливості чинників зовнішнього середовища діяльності підприємства зумовлюють високу необхідність та значимість їх дослідження.

І.О. Доценко [8, с. 228] у своїх дослідженнях пропонує елементи макросередовища поділити на два рівні. Перший рівень – систематичні, які один раз виникнувши, існують завжди (чи досить тривалий час) і завжди справляють свій вплив на діяльність підприємства:

- економічна ситуація;
- політико-правова обстановка в країні;
- кон'юнктура ринку;
- рівень інфляції.

Другий рівень – несистематичні, які справляють свій вплив на діяльність підприємства або стохастично, або з визначеним періодом виникнення:

- технологічне середовище;
- соціально-культурний розвиток у країні;
- демографічна ситуація;
- географічне середовище;
- економічна обстановка.

За такого підходу можна прослідити схожість із виділенням макросередовища діяльності підприємства та непрямих чинників його впливу.

Одним із головних компонентів зовнішнього середовища діяльності підприємства є ринок, на якому працює підпри-

ємство. Ринок повинен бути об'єктом регулярного спостереження. Самі по собі ринкові дослідження значення не мають, якщо вони не пов'язані з прийняттям управлінських рішень, тому результатом спостережень ринку виступає інформація, що відповідає на питання, що цікавлять суб'єктів ринку.

У ринкових дослідженнях зазвичай виділяють загальногосподарську, або економічну, кон'юнктуру та кон'юнктуру окремих ринків. Кон'юнктура – важлива галузь економічної науки, її динамічний напрям. Вона розглядає господарські процеси в постійній зміні та розвитку.

Загальногосподарська кон'юнктура характеризує стан усього ринкового процесу національного господарства на той або інший період. Кон'юнктура товарних ринків вивчає зміни й коливання у сфері виробництва та реалізації окремих видів товару. Функціонування ринку, його розширення або скорочення, попит та пропозиція залежать від складних на ньому умов, тобто кон'юнктури.

Господарське життя піддається періодичним коливанням, підйомам і спадам, тобто економічними циклами. Циклічні коливання в економіці становлять об'єктивний процес. Вони виникають під впливом різноманітних факторів і зв'язків. В економіці виділяють регулярні й нерегулярні коливання. Нерегулярні коливання виникають випадково, часто через невстановлені причини або цикли, що мають складну структуру. Регулярні коливання в економіці підрозділяються на сезонні й циклічні. Сезонні коливання зумовлені природно-кліматичними факторами і за своїм змістом є також циклічними, похідними від сонячних і місячних циклів. Циклічні коливання в економіці сполучають подальші один за одним фази підйомів і спадів.

Дослідження кон'юнктури ринку охоплює широке коло найрізноманітніших питань виробничого, комерційного, технічного й економічного характеру, що дає змогу виявити основні напрями господарського розвитку кожного суб'єкта ринкових відносин і ситуацію, що склалася в певний момент часу в результаті взаємодії різноманітних кон'юнктуруючих факторів. Завдання дослідження кон'юнктури зводиться до постановки й вирішення проблеми прогнозу її зміни. Стан кон'юнктури ринку характеризує виробництво й реалізацію продукції за певний період часу або положення на ринку в цей момент.

Таким чином, кон'юнктура ринку – це сформована на ринку економічна ситуація, що характеризує співвідношення між попитом та пропозицією, рівень цін, товарні запаси й інші економічні показники. Результати кон'юнктурних спостережень ринку призначено для забезпечення успішної підприємницької діяльності й ґрунтуються на зборі інформації, її систематизації та реєстрації, аналізі всіх відомостей, пов'язаних із ринком конкретного товару. Вони спрямовані на визначення дійсних і майбутніх споживачів та їхньої купівельної спроможності. За результатами проведення кон'юнктурних досліджень складаються кон'юнктурні прогнози. Кон'юнктурні прогнози озброюють необхідними знаннями поведінки на ринку, вмінням раціонально маневрувати наявними ресурсами, здатністю купувати й продавати товар за вигідними цінами, розширювати або скорочувати виробництво товару відповідно до очікуваного стану ринку [9].

Основна мета кон'юнктурного аналізу випливає із самого визначення кон'юнктури – виявлення й моделювання тенденцій і закономірностей розвитку ринку. Для досягнення поставленої мети необхідно послідовне вирішення таких завдань [10]:

- визначення об'єкта кон'юнктурного аналізу;
- збір та обробка кон'юнктурної інформації про об'єкт дослідження і пов'язані з ним економічні процеси;
- оцінка особливостей стану досліджуваного ринку, виявлення поведінки суб'єктів, що діють на ринку;
- оцінка та аналіз потенціалу й основних пропорцій ринку;
- виявлення основних тенденцій розвитку ринку, його коливання, сезонності й циклічності;
- прогноз кон'юнктури.

Перераховані завдання орієнтовані на повну характеристику стану ринку в цілому, а також у розрізі окремих його елементів і складових частин. Останні два завдання відбивають різні боки того самого процесу – динаміки розвитку ринку. Зазначені завдання містять у собі як етапи реалізації методики кон'юнктурного аналізу, так і саму цю методику. У загальному плані етапи кон'юнктурного аналізу можна розділити на два рівні реалізації його завдань.

На першому рівні здійснюється аналіз ринкової кон'юнктури, що характеризується масштабами та типологією ринку, поведінкою основних суб'єктів, головними пропорціями, динамікою й стійкістю ринку. На другому – здійснюється спроба побудови моделі ринкових взаємозв'язків і прогнозування ринкової ситуації.

Другий етап є найбільш складним з погляду об'єктивності оцінок, перший – з погляду трудомісткості аналізу. Взагалі суб'єктивність кон'юнктурного аналізу – явище закономірне, оскільки дослідження, як правило, проводяться в інтересах якої-небудь однієї із взаємодіючих сторін. Певний ступінь об'єктивності в кон'юнктурному аналізі можливий у незалежному дослідженні, за якого аналізується діяльність усіх основних суб'єктів ринкових відносин на ринках харчової сировини та продукції агропромислової сфери.

Більшість основних економічних показників сфери (процесу) відтворення й дослідження кон'юнктури можна звести в такі групи, що характеризують ті або інші сторони (особливості) стану й прояву ринкової кон'юнктури [10]:

1. Стійкість, циклічність і динаміка розвитку ринку:
  - а) середні показники кон'юнктури;
  - б) показники варіації кон'юнктури;
  - в) показники форми кон'юнктурної хвилі;
  - г) показники динаміки кон'юнктури (темпи росту, вектори й параметри тренда, функції тренда);
  - д) параметри моделей сезонності й циклічності розвитку.
2. Ринкова пропозиція:
  - а) обсяг, структура й динаміка пропозиції;
  - б) функціональні можливості пропозиції;
  - в) еластичність пропозиції.
3. Ринковий попит:
  - а) обсяг, структура й динаміка попиту;
  - б) показники сегментації й диференціації попиту;
  - в) функціональні можливості попиту (місткість ринку);
  - г) еластичність попиту.
4. Пропорційність ринку:
  - а) показники співвідношення попиту та пропозиції (обсяги й ціна рівноваги);
  - б) структура ринку (показники виробництва основних лею-роби-лея, структура споживання, структура товарообігу та ін.);
  - в) розділ ринку між основними виробниками, торговельними посередниками й торгівлею;
  - г) територіальна структура ринку;

- д) співвідношення з іншими ринками;
- е) показники масштабу ринку, рівень монополізації та конкуренції.

#### 5. Ділова активність і комерційний ризик:

- а) обсяг, число, частота та динаміка угод;
- б) індекси ділової активності, макроекономічні показники й індекси економічного барометра;
- в) показники виробничих (торговельних) можливостей пропозиції;
- г) показники збутових можливостей пропозиції (портфель замовлень, його склад, заповнюваність й динаміка);
- д) рівень комерційного ризику (інвестиційний ризик, ризик прийняття рішень, ризик кон'юнктурних коливань, непередбачений позов).

Наведена система, звичайно, охоплює самі основні найбільш застосовувані показники, які можуть бути використані під час аналізу найважливіших змін, що відбулися за досліджуваній період, і необхідна під час визначення перспектив розвитку й моментів перелому кон'юнктури, тобто для складання прогнозу її зміни.

Привертає до себе увагу та обставина, що багато з наведених показників відбивають не статичні явища, а динамічні або варіаційні процеси, інші – характеризують структуру явища, співвідношення та їхні зрушення. Деякі кон'юнктурні характеристики, зокрема тенденції та їхня стійкість, можуть бути отримані тільки в результаті відповідної обробки трендових моделей. Один з основних об'ємних показників – попит – являє собою не реальну безпосередньо вимірювану величину, а потенційний і через це доступний лише непрямим оцінкам. Характеристика іншого об'ємного показника – масштабу ринку – являє собою набір показників: обсяг продажу, кількість угод, чисельність продавців і покупців тощо. Оскільки ж кон'юнктура – складний комплекс взаємозв'язків і взаємовпливів, остільки варто вважати виправданою особливою увагою, що в системі показників повинна приділятися показникам еластичності попиту та пропозиції, що виражає дію відповідних ринкових законів.

Однією з особливостей усіх кон'юнктурних показників є їхня зміна в міру переходу ринкового господарства з однієї фази циклу в іншу. Таким чином, вивчивши зміни показників кон'юнктури в ході циклу, одержуємо можливість на їхній підставі судити не тільки про зрушення, що відбулися, але й робити висновки про ймовірнісні зміни надалі.

Слід також зазначити, що вивчення кон'юнктури необхідно робити на основі аналізу всього комплексу змін, і чим більше показників залучається, тим вірніше й точніше можна визначити сформовану на даний момент кон'юнктуру ситуацію й перспективу подальших змін і розвитку. Таким чином, проведення аналізу кон'юнктури ринку є одним із головних складників дослідження зовнішнього середовища діяльності підприємства.

Постійна зміна основних суб'єктів зовнішнього середовища підприємства та їх взаємозв'язків потребує врахування їх у діяльності підприємства. Зростаюча кількість суб'єктів зовнішнього середовища вимагає від підприємства побудови механізму управління адаптаційними змінами з урахуванням адаптації до зовнішнього та внутрішнього середовища.

Проте слід зауважити, що підприємство має й власне внутрішнє середовище.

На думку Д.А. Розенкова та Р.Г. Леонтьєва, «...внутрішнє середовище підприємства – це та частина загального сере-

довища, яка знаходиться в рамках підприємства. Воно надає постійний і безпосередній вплив на функціонування підприємства» [11, с. 78]. Наведене визначення досить лаконічно та стисло відображає сутність поняття внутрішнього середовища діяльності підприємства, проте, на нашу думку, може бути використане для подальших досліджень.

На основні узагальнення теоретичних напрацювань [1–12] можна зробити такі висновки. Основними компонентами внутрішнього середовища підприємства є: ресурсний та виробничий складники; кадри; бухгалтерський облік та аналіз; маркетинговий, фінансовий, технологічний, продуктивний складники. Кожний із представлених компонентів внутрішнього середовища діяльності підприємства потребує розроблення власного підходу до дослідження та формування механізму управління адаптаційними змінами.

**Висновки.** Однією з головних проблем під час дослідження середовища діяльності підприємства виступає відсутність систематизованого підходу до збору та аналізу інформації на сучасних агропромислових підприємствах. Дослідження проводяться за окремими складниками середовища функціонування, не враховуються зв'язки між діючими чинниками та не формується комплексний підхід до управління адаптаційними змінами. Виявлено, що процес формування адаптації діяльності підприємства до змін необхідно розпочинати з ретельного дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування. Слід наголосити, що під час дослідження зовнішнього середовища необхідно виділяти регулярні та нерегулярні коливання, що впливають на діяльність підприємств. Такий підхід створює можливість формування спрощеної процедури виявлення тенденцій зміни зовнішнього середовища та формування ефективного механізму управління адаптаційними змінами сучасних агропромислових підприємств.

#### *Література:*

1. Виханский О.С. Стратегическое управление : [учебник] / О.С. Виханский. – М. : Гардарики, 1998. – 296 с.
2. Градова А.П. Стратегія економічного управління підприємством : [навч. посіб.] / А.П. Градова. – К. : Основи, 1999. – 211 с.
3. Ulrich Н. Grundlagen der allgemeinen Unternehmenslehre. / Н. Ulrichю. – Bern, Stuttgart, 1970. – P. 322.

4. Капліна О., Зайченко Д. Оцінка конкурентоспроможності підприємства на основі процесного підходу / О. Капліна, Д. Зайченко // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 24–38.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / М. Клименко [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
6. Alvar O. Elbing. On the Applicability of Environmental Models / Alvar O. Elbing // Contemporary Management / J. W. McGuire, ed. – Englewood Cliffs; N. J.: Prentice – Hall, 1974. – P. 283.
7. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління : [підручник] / Б.М. Мізюк. – Львів : Магнолія-2006, 2009. – 544 с.
8. Доценко І.О. Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів загроз на рівень економічної безпеки підприємства / І.О. Доценко // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 4 (54). – С. 227–230.
9. Аналіз ринкової кон'юнктури : [навч. посіб.] // А.В. Андрейченко [та ін.]. – Одеса : ОНЕУ, 2014. – 345 с.
10. Моніторинг світових ринків харчової сировини та продукції АПК : навч. посіб. // В.Р. Кучеренко, А.В. Андрейченко, Р.В. Гринченко. – Одеса: Прес-кур'єр, 2013. – 112 с.
11. Розенков Д.А., Леонтьев Р.Г. Классический менеджмент: организационные структуры управления / Д.А. Розенков, Р.Г. Леонтьев. – Хабаровск : ДВГУПС, 2012. – 192 с.
12. Хімченко А.М. Зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування корпорацій / А.М. Хімченко // Науковий вісник ЛНТУ України. – 2013. – Вип. 23.14. – С. 258–264.

#### **Гринченко Р.В. Аналіз компонент середовища функціонування підприємства**

**Анотація.** В статті виявлені основні складові середовища функціонування підприємства. Исследованы основные факторы, влияющие на внешнюю среду функционирования предприятия. Прослежены основные задачи, этапы и показатели конъюнктурного анализа функционирования предприятий.

**Ключевые слова:** среда, внешняя среда, внутренняя среда, факторы, конъюнктура.

#### **Hrinchenko R.V. Analysis of components of the enterprise business environment**

**Summary.** The article reveals the main components of the business environment. The main factors influencing the external environment of the operation of the enterprise are investigated. Trace the main tasks, stages and indicators of business analysis of the operation of enterprises.

**Keywords:** environment, external environment, internal environment, factors, business analysis.