

ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Середовище підприємства – це об’єднання певних обставин і чинників як всередині самого підприємства, так і навколо нього, які впливають на прийняття рішень. Підприємство перебуває під постійним тиском окремих елементів зовнішнього та внутрішнього середовища [1]. На сьогоднішній день в економічній літературі немає чіткого визначення поняття і структури середовища функціонування підприємства. Деякі автори поділяють його на макро- і мікросередовище, причому до останнього відносять внутрішнє середовище підприємства, інші середовище господарюючого суб’єкта структурують на макро-, мезо- та мікросередовище та ін.

Поділяємо думку, що зовнішнє середовище будь-якого підприємства можна визначати як сукупність загального, тобто макросередовища, та операційного середовища, тобто мікросередовища або безпосереднього оточення підприємства. Зовнішнє середовище, яке ще називають середовищем непрямого впливу, діє не безпосередньо на кожне окреме підприємство чи організацію, а на всі суб’єкти ринку одразу. Однак, це не означає, що його вплив слабший, ніж вплив чинників безпосереднього оточення підприємства, адже елементи макросередовища формують загальну атмосферу бізнесу. З цієї точки зору макросередовище іноді називають «екологією фірми», це не середовище безпосередніх контактів фірми.

Макросередовище може містити певні загрози для підприємства, наприклад, нинішній стан війни в Україні, інфляційні процеси, демографічні проблеми, пов'язані із загибеллю або переміщенням громадян, відсутність або обмеженість коштів для наповнення бюджетів різних рівнів та ін. Разом з тим, макросередовище створює для підприємств нові можливості, адже навіть за умов воєнних дій можна переорієнтувати бізнес, провести релокацію виробництва, диверсифікувати свою бізнесову діяльність. Також в таких умовах держава переглядає ставки оподаткування, спрощує адміністрування окремих податків і зборів, знижуються ставки орендної плати, банківська система надає кредитні канікули тощо.

Макросередовище складається з таких компонентів, як економічний, показниками якого є величина ВВП, темпи інфляції, рівень безробіття, процентна ставка, ставки оподаткування, платіжний баланс, рівень розвитку конкурентних відносин, структура населення, рівень заробітної плати; політико-правовий (відношення уряду до різних галузей економіки і різних регіонів, зміни в економіці внаслідок прийняття нових законів і норм, ідеологія уряду, умови стабільності уряду, рівень суспільного незадоволення, дієздатність уряду, сила опозиційних політичних структур); соціальний компонент (існуючі в суспільстві звичаї та віри, цінності суспільства, демографічна структура суспільства, ріст чисельності населення, рівень освіченості, мобільність людей); технологічний компонент макросередовища дозволяє побачити ті можливості, які існують для виробництва нової, вдосконалення наявної продукції, для модернізації технології виробництва і збуту, розвитку науки і техніки; природно-географічний компонент (клімат, рельєф, наявність природних водойм, рік, забезпеченість енергією, корисними копалинами та іншими природними ресурсами, якість ґрунтів, повітря, води).

Зазначені компоненти макросередовища відносно того чи іншого підприємства відіграють неоднакову роль і можуть залежно від обставин

впливати на його діяльність позитивно, негативно або залишатися нейтральними.

До компонентів мікросередовища підприємства належать компоненти, що знаходяться від нього на відстані «витагнутої руки», тобто з якими підприємство взаємодіє безпосередньо. До них належать: споживачі (покупці), які варто групувати за географією розташування, віком, освітою, сферою діяльності, смаками, звичаями та ін.); постачальники, діяльність яких варто характеризувати за вартістю товару, що поставляється, гарантією його якості, часовим графіком постачання товарів, пунктуальністю та обов'язковістю виконання умов поставки товарів; конкуренти, тобто ті суб'єкти ринкових відносин, з якими підприємство бореться за покупців і ресурси, їх вивчення спрямоване на те, щоб виявити слабкі і сильні сторони конкурентної боротьби; ринок робочої сили, який слід вивчати з точки зору наявності на ньому робочої сили необхідної спеціалізації та кваліфікації, рівня освіти, віку, статі та ін.

Окремо варто досліджувати галузь підприємство як важливий компонент його мікросередовища. Для цього необхідно чітко розуміти логіку галузі, в якій функціонує підприємство, оскільки вона дозволяє сформулювати уявлення про ключові фактори успіху в даній галузі. Вивчати галузь слід за такими показниками, як структура потреб, що породжують попит в даній галузі; характеристики продукції, які сприяють успіху на ринку; структура галузі; вхідні та вихідні бар'єри в даній галузі.

Сила впливу перелічених чинників зовнішнього середовища залежить від виду діяльності підприємства, прогресивності галузі його функціонування, масштабів бізнесу, фінансової спроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Ковтуненко Ю.В., Олексійчук А.Г., Васалатій Т.М. Фактори зовнішнього середовища, які впливають на вибір стратегії виробничого підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 11. С.55-58. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2016/13.pdf (дата звернення: 12.05.2022 р.).