

Юлія ЯРМУЛЬСЬКА

старший викладач, викладач вищої категорії Відокремленого структурного підрозділу Київського індустріального фахового коледжу Київського національного університету будівництва і архітектури

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА ПОВЕДІНКУ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Підприємство є відкритою системою, його розвиток залежить не тільки від внутрішніх змінних, але і від зовнішнього середовища. Головним завданням керівництва кожного підприємства є ретельне дослідження поведінкового впливу зовнішніх факторів на життєздатність економічної одиниці, своєчасне визначення найсуттєвіших за впливом зовнішніх факторів та оптимізація їх впливу на компанію.

Зовнішнє середовище - це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх (відносно підприємства) умов і чинників, що діють у глобальному оточенні.

Особливе значення має виявлення факторів, що формують зовнішнє середовище промислових підприємств. Теоретична дискусія з приводу структурних елементів зовнішнього середовища та їх класифікації ведеться як у працях молодих українських та зарубіжних вчених. Зокрема, в дослідженнях М.Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі запропоновані класифікації факторів маркетингового середовища, а також у напрацюваннях С.С. Гаркавенко, Г.А. Азоева, Л.В. Балабанова, А.В. Войчака, В.Г. Герасимчука, П.С. Зав'ялова, О.Д. Заруби, А.І. Кредисова, В.П. Оніщенко, П.Г. Перерви, І.В. Семеняк та інших можна виділити вітчизняне бачення на формування, дослідження та аналіз зовнішнього середовища на промислових підприємствах.

На мою думку, не існує ні однієї організації, яка не мала б зовнішнього оточення, та не знаходилась б з ним у стані постійної взаємодії. Будь-яка

організація потребує регулярного отримання з зовнішнього середовища вихідних продуктів для забезпечення своєї життєдіяльності.

Складність зовнішнього середовища визначається кількістю факторів, на які повинна реагувати організація, і числом варіацій кожного фактора.

Якщо говорити про перший показник, те можна сказати, що організація, діяльність якої жорстко регулюється державою, якої часто доводиться вести переговори з профспілками, у якої багато конкурентів і яка працює в умовах швидких технологічних змін, перебуває в більш складному середовищі, чому, наприклад, та, яка співробітничает з парою постачальників, має мало конкурентів, трудові ресурси якої не об'єднані в профспілки, а технології міняються повільно. Якщо ж говорити про різноманітність факторів, то організація, що використовує кілька видів сировини, декількох фахівців і провідна бізнес усього з декількома фірмами зі своєї країни, працює в менш складних умовах, чому та, у якої всі ці змінні прямо протилежні. У більш складних умовах перебуває й організація, що використовує безліч різних технологій, що й швидко розвиваються.

На мою думку, невід'ємною складовою частиною діагностики кризи є моніторинг стану зовнішнього середовища підприємства та прогнозування очікуваних змін у ньому. Дослідження зовнішнього середовища є необхідним у процесі розробки будь-якої стратегії діяльності підприємства, у тому числі й антикризової.

Організація як відкрита система може вижити тільки у взаємозв'язку із зовнішнім середовищем. Розрізняємо середовище прямого впливу і середовище непрямого впливу.

Фактори зовнішнього середовища ми класифікуємо за такими групами: економічні, політичні, соціально-демографічні, технологічні, географічні, правові, міжнародні.

Отже, на основі аналізу наукових праць вітчизняних та закордонних вчених, було досліджено теоретико-методологічні аспекти впливу зовнішніх факторів на поведінку підприємства. Вважаю що, фірма як економічна організація є відкритою соціотехнічною системою, тому, по-перше, вона

залежить від зовнішнього середовища та взаємодіє з ним, по-друге, фірма має внутрішнє середовище, яке можна зобразити як сукупність двох основних компонентів - технології і людей.

Література:

1. Величко В. Етапи розробки бізнес-плану підприємства// Економіка України. – 2012. - № 5. - С. 42-48.
2. Гетьман О.О. Економіка підприємства: [навчальний посібник] / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – К.: Центр учбової літератури, 2010. — 488с.
3. Економіка підприємства: [підручник] / За заг. Редакцією С.Ф. Покропивного. – Вид. 2-ге, перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2011. - 451 с.
4. Лойко В. В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання / В. В. Лойко, Є. С. Несенюк // Міжнародний науковий вісник (International Scientific Journal). – 2015. – № 7.