

*Пар'єва Н.О.*

асистент кафедри «Облік, аналіз і аудит» Одеського національного політехнічного університету  
natalieparieva@gmail.com

### **АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**АНОТАЦІЯ.** Розглядаються основні фактори ринкового середовища, які можуть мати негативні наслідки для діяльності промислових підприємств. Надана їх загальна характеристика та представлена схема, в якій визначна можливість передбачити негативні наслідки факторів та нейтралізувати їх дію.

**КЛЮЧЕВІ СЛОВА:** ринок, фактори, підприємство, промисловість.

### **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ РЫНОЧНОЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**АННОТАЦИЯ.** Рассматриваются основные факторы рыночной среды, которые могут иметь негативные последствия для деятельности промышленных предприятий. Предоставлена их общая характеристика и представлена схема, в которой определена возможность предусмотреть негативные последствия факторов и нейтрализовать их действие.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** рынок, факторы, предприятие, промышленность.

### **ANALYSIS OF INFLUENCE OF FACTORS OF MARKET ENVIRONMENT IS ON ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES**

**ABSTRACT.** Examining the basic factors of market environment, that can have negative consequences for activity of industrial enterprises. Their general description was given and presented chart with prominent possibility to envisage the negative consequences of factors and neutralize their influence.

**KEY WORDS:** *market, factors, enterprise, industry.*

Стратегічне планування – це процес моделювання ефективної діяльності підприємства на певний період функціонування з визначенням його цілей і їх змін в умовах нестабільності ринкового середовища, а також знаходження способу реалізації цих цілей і задач відповідно до його можливостей [1]. Як можна побачити із визначення, підприємство не завжди може реалізувати свої довгострокові плани у повному обсязі, а вимушено постійно їх корегувати відповідно до мінливого зовнішнього середовища.

Стратегічне планування починається з визначення цілей, а закінчується прийняттям оптимального рішення для побудови ефективної системи

управління. На рис. 1 показаний спрощений алгоритм прийняття рішення на основі довгострокової стратегії.

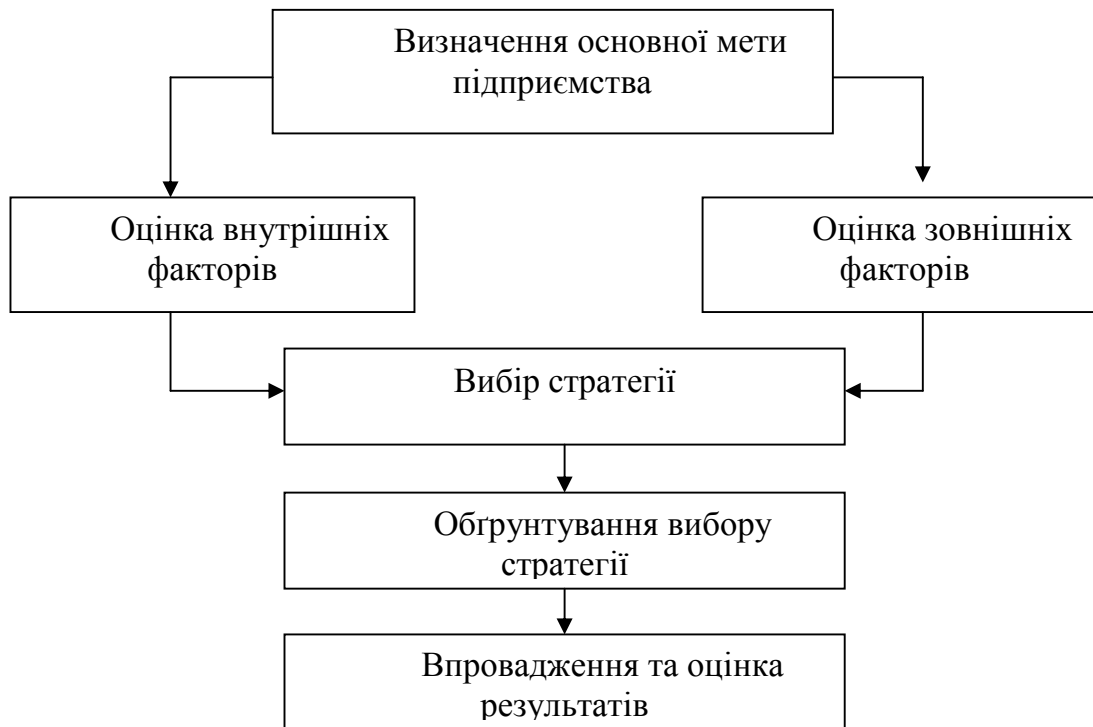


Рисунок 1 – Алгоритм прийняття рішення на основі довгострокової стратегії

Як видно з рис. 1, якщо помилково оцінити фактори впливу на діяльність підприємства, то прийняти вірне рішення майже неможливо. Тому, будь-якому підприємству, у тому числі і промислового, необхідно приділяти багато уваги факторам, аналізувати та оцінювати їх, приймати рішення про мінімізацію їх негативного впливу. Але факторів надто багато і більшість з них важко передбачити, тому підприємство повинно чітко усвідомлювати, на які фактори слід акцентувати увагу в першу чергу. Особливо це стосується зовнішніх факторів, зокрема ринкових.

Ринкове середовище постійно змінюється і погрожує стабільному функціонуванню промислових підприємств, особливо це стало актуальним в останні роки.

Важливими являються наступні фактори [2]:

- розподіл доходів населення – невелика частка платоспроможного населення, яка є наслідком низького рівня доходу, може стати причиною занепаду не лише діяльності окремих підприємств, а й всієї галузі (наслідки даного фактору передбачити та мінімізувати майже неможливо);

- демографічні умови – сегментація ринку. Перерозподіл споживачів в групах за демографічною ознакою може мати значні наслідки для підприємства і призвести до втрати частки потенційних клієнтів (при наявності постійного моніторингу демографічної ситуації на ринку підприємство може вчасно зреагувати і скорегувати свою діяльність згідно новим умовам);

– рівень конкуренції, залежить від галузі, в якій працює промислове підприємство. На сучасному ринку панує нецінова конкуренція, тобто відсутня можливість впливати на ціни конкурента (можливо передбачити, але важко мінімізувати негативний вплив);

– легкість проникнення на ринок нових конкурентів;

– рівень цін на ресурси. В останні роки цей фактор мав негативні наслідки для багатьох промислових підприємств, які не змогли своєчасно зреагувати на різке коливання цін на ресурси. Так як ціни залежать від коливання курсів іноземної валюти, передбачити їх у сучасних ринкових умовах дуже важко, а мінімізувати втрати можна, як правило, лише за рахунок зміни цін на власні товари (послуги), що може посилити негативний вплив іншого фактору – розподілу доходів населення;

– конкурентоспроможність продукції (можна провести дослідження, спрогнозувати та підвищити).

Проаналізувавши фактори ринкового середовища[2], можна розмістити їх у порядку важкості передбачення та впливу на них. Результати представлені на рис. 2.

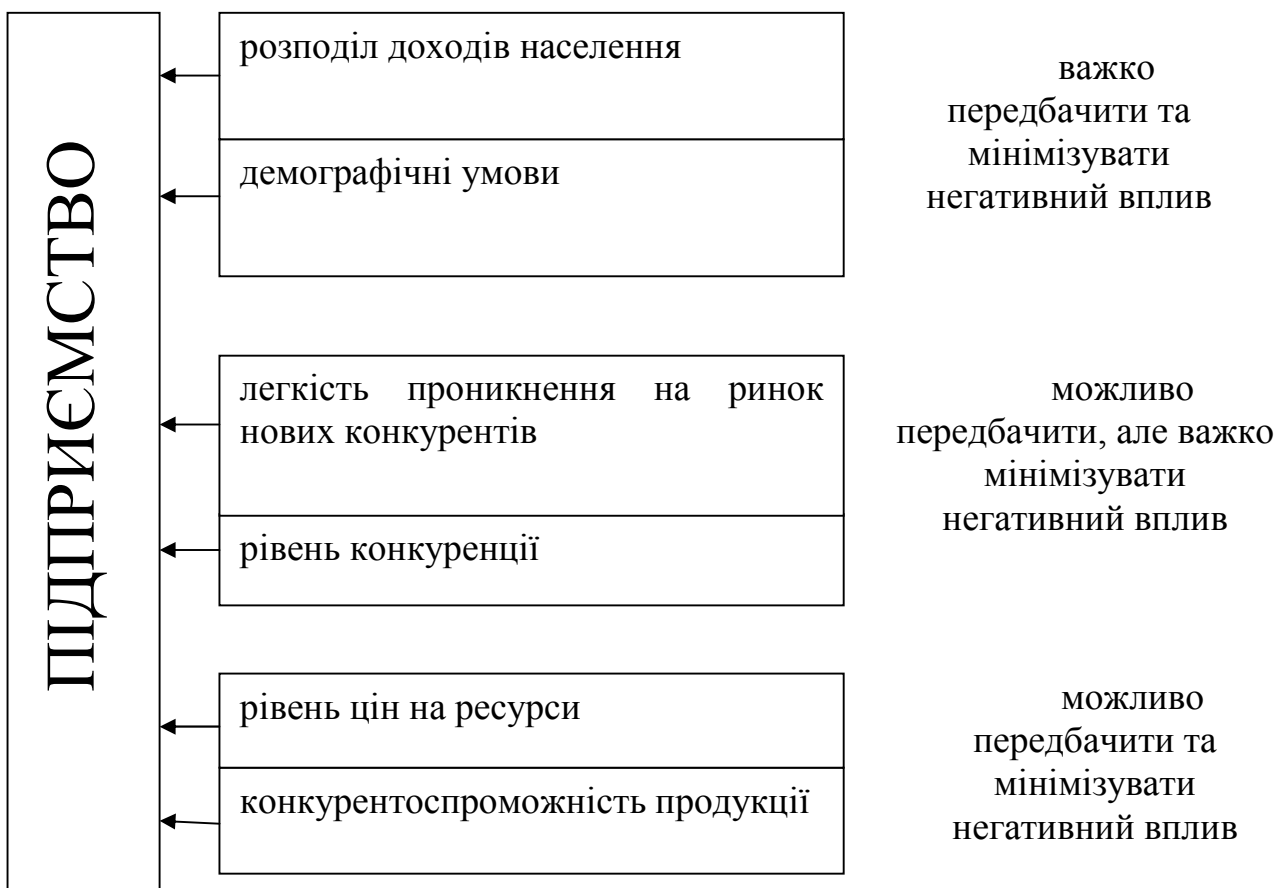


Рисунок 2 – Фактори ринкового середовища

Згідно рис. 2 підприємство не зможе нейтралізувати негативний вплив всіх факторів ринкового середовища і тому, в першу чергу, має приділити

максимальну уваги тим факторам, для яких воно має певний інструментарій впливу, а саме: конкурентоспроможність продукції (розширити асортимент, модифікувати товар, розвивати сервісне обслуговування тощо [3]) та рівень цін на ресурси (пошук нових постачальників, застосування замінників та ін. [4]).

Враховуючи рівень залежності промислових підприємств від зовнішніх факторів, які являються основою при прийнятті рішень на стратегічному рівні, розробка методик передбачення негативних наслідків цих факторів повинно бути пріоритетним в діяльності будь-якої організації. На більшість факторів підприємство не має змоги вплинути і тому у подальшому існує потреба в розробці нових методів та інструментарію мінімізації дії факторів зовнішнього середовища, зокрема ринкових.

#### Література

1. Циба Т.Є. Особливості і механізм стратегічного планування // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №2(56). – С. 159-172.
2. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового]. – Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
3. Ємельянов С. Міжнародна конкурентоспроможність виробників: фактори, що визначають становище на ринках і конкурентні переваги. // Маркетинг у Росії і за кордоном. – 2009. – № 1. – С.107-116.
4. Цимбалюк Л. Г. Формування та управління витратами виробництва / Л. Г. Цимбалюк, Н. П. Скригун, Л. І. Антошкіна. – Донецьк: Юго-Восток, 2009. – 240 с.