

ГРИНЄВИЧ

Іван Володимирович  
ivangrinevich1994@gmail.com

УДК 336:658.511

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОГО ТА  
ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВАTHEORETICAL BASIS OF ANALYSIS OF THE EXTERNAL AND  
INTERNAL ENVIRONMENT OF THE ENTERPRISE

студент, Київський  
національний торговельно-  
економічний університет

*Стаття присвячена визначенню теоретичних основ та значення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі. Ідентифіковано та надано інтерпретацію змісту завдань аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі.*

*Статья посвящена определению теоретических основ и значение анализа внешней и внутренней среды предприятия торговли. Идентифицировано и предоставлены интерпретацию содержания задач анализа внешней и внутренней среды предприятия торговли.*

*The article is devoted to the definition of the theoretical foundations and the significance of the analysis of the external and internal environment of the trade enterprise. The interpretation of the tasks of the analysis of the external and internal environment of the trading company has been identified and provided.*

**Ключові слова:** аналіз; зовнішнє та внутрішнє середовище; підприємство торгівлі

**Ключевые слова:** анализ; внешняя и внутренняя среда; предприятие торговли

**Keywords:** analysis; external and internal environment; trade company

**ВСТУП**

Для того, щоб зрозуміти і правильно оцінити те чи інше економічне явище, необхідно не тільки вивчати усі взаємозв'язки і взаємозалежності з іншими явищами, а й досліджувати формування, динаміку та структуру зміни характеристик досліджуваного економічного явища, що неможливо без використання методів та прийомів економічного аналізу [7]. Здійснення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі потребує обґрунтування його теоретичних основ та значення у системі управління.

**МЕТА РОБОТИ** полягає у визначенні та обґрунтуванні теоретичних основ аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі.

**МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Інформаційною базою дослідження є наукові статті, посібники, монографії, ресурси Internet. При проведенні дослідження використано методи аналізу, синтезу, індукції, дедукції, абстрагування, метод теоретичного узагальнення.

**РЕЗУЛЬТАТИ**

Для забезпечення теоретичного та методичного підґрунтя проведення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища необхідно розглянути призначення аналізу як спеціальної функції управління цими об'єктами.

Аналіз є об'єктивно необхідним елементом та функцією управління, адже за допомогою нього досліджуються фактори зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, здійснюється їх класифікація, визначається ступінь їх впливу на діяльність

підприємства, оцінюється господарська ситуація щодо ступеня і характеру впливу чинників на діяльність підприємства, виявляються механізми управління факторами середовища або ж шляхи мінімізації негативного впливу, резерви підвищення ефективності використання впливу факторів і приймаються науково обґрунтовані рішення.

Роль аналізу, як засобу управління чи реагування на дію факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, останнім часом зростає, що обумовлено високою динамічністю, нестабільністю господарського середовища, погіршенням ринкової кон'юнктури, зростанням конкуренції у галузі, загрозою економічній безпеці підприємства через недобровільне злиття та поглинання компаній, необхідністю підвищення ефективності торговельної діяльності в умовах зростання закупівельних цін та необхідності мінімізації витрат, а також, безумовно, інтеграцією до європейського світового товариства.

За допомогою використання інформації, яка формується за результатами аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі розробляються стратегія і тактика розширення матеріально-технічної бази підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення щодо придбання чи ліквідації активів на основі аналітичних даних про їх якісні та кількісні характеристики, визначається асортиментна політика підприємства, ефективність співпраці з контрагентами, здійснюється перевірка виконання цих рішень.

Особливість аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства є його багаторівневий характер. Важливо виділити рівень впливу факторів і відповідно до цього вибрати моделі, способи, інстру-

менти аналізу. Кінцевим результатом аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища незалежно від галузі діяльності підприємства є нарощення його ринкової вартості та зростання рентабельності господарської діяльності [6, с. 279].

Зрозуміти місце аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі у загальній системі аналізу допомагає його класифікація, що обумовлюється його місцем за рівнем та об'єктами управління (рис. 1).

За рівнем управління у межах економічного аналізу розрізняють макроекономічний та мікроекономічний аналіз. Макроекономічний аналіз забезпечує інформаційні потреби на загальнодержавному та регіональному рівнях управління [7, с. 8]. Аналіз господарської діяльності підприємства, як основної ланки економіки, досліджує підприємство як цілісний об'єкт управління. Вважаємо, саме у межах цього виду аналізу, доцільно розглядати аналіз такого об'єкту як зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства.

Місце та значення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища в системі управління підприємством обумовлює його сутність. Варто зазначити, що серед науковців немає єдиної думки щодо сутності аналізу. Його вважають як інструментом чи методом, за допомогою якого реалізуються функції управління, так і самостійною функцією (підсистемою) управління. Дотримуємося другої позиції та вважаємо аналіз окремою функцією управління.

Мета аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі, на нашу думку, полягає у формуванні інформаційного забезпечення органів управління підприємств торгівлі стосовно найбільш суттєвих факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення загроз та можливостей, які вони в собі несуть та формування рекомендацій стосовно адекватних заходів реагування підприємства на їх дію.

Відповідно до зазначеної мети можна виділити основні завдання аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства (рис. 2).

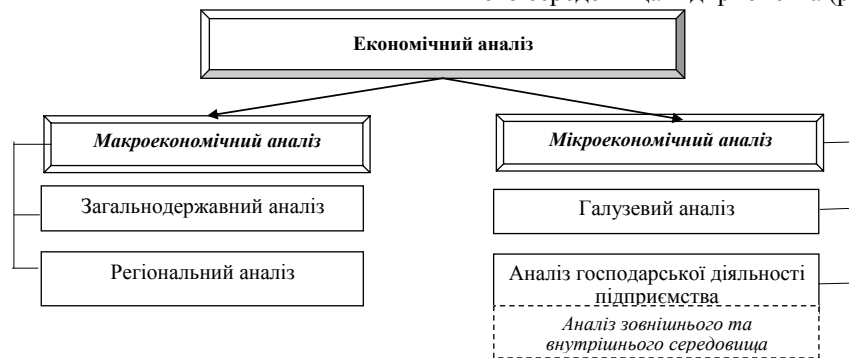


Рис. 1. Місце аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі у загальній системі аналізу [створено автором на основі [1-4; 7]]

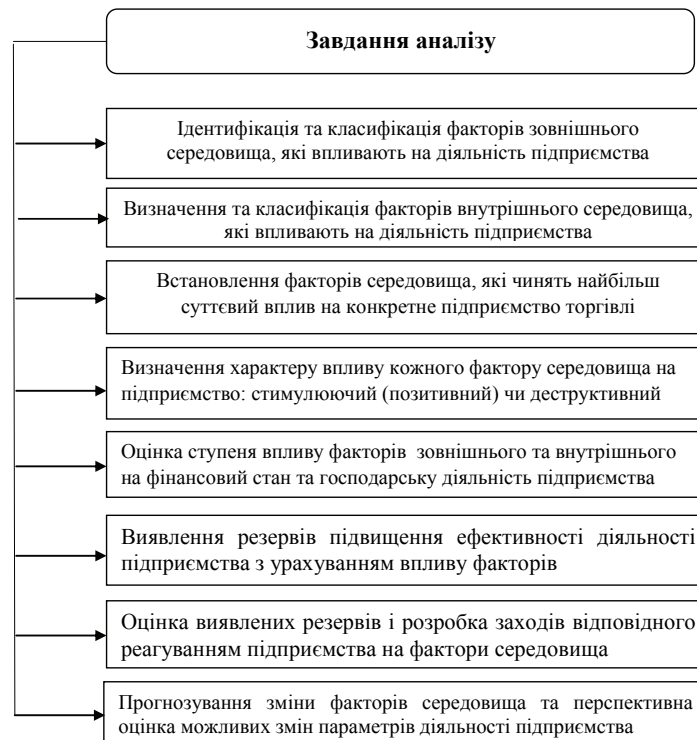


Рис. 2. Завдання аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі [створено автором на основі [5-7]]

У науковій літературі аналіз класифікують за різними ознаками. Поширеним є поділ аналізу на фінансовий, маркетинговий, виробничий, зовнішній та внутрішній, управлінський (рис. 3).

Маркетинговий аналіз має на меті дослідження ринкових чинників, які обумовлюють фінансово-господарську діяльність підприємства як суб'єкта економіки. Маркетинговий аналіз досліджує ємність та кон'юнктуру ринків товару та капіталу, конкурентоспроможність продукції, комерційні ризики, формування цінової політики підприємства.

Фінансовий аналіз є сукупністю методичних прийомів дослідження фінансових відносин суб'єктів господарювання, обумовлених об'єктивними та су-

б'єктивними чинниками, що знаходять відображення у фінансовому обліку та звітності.

Виробничий аналіз досліджує організаційно-технічний рівень підприємства, процес господарської діяльності, внутрішні фактори, які обумовлюють результати підприємства.

Стосовно аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, то його особливістю вважаємо те, що він зачіпатиме аспекти всіх вищеперелічених видів. При чому, залежно від суб'єкта проведення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища також може поділятися на зовнішній та внутрішній [7].

Важливим елементом методологічної бази аналізу, у тому числі, внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, є його принципи (рис. 4).

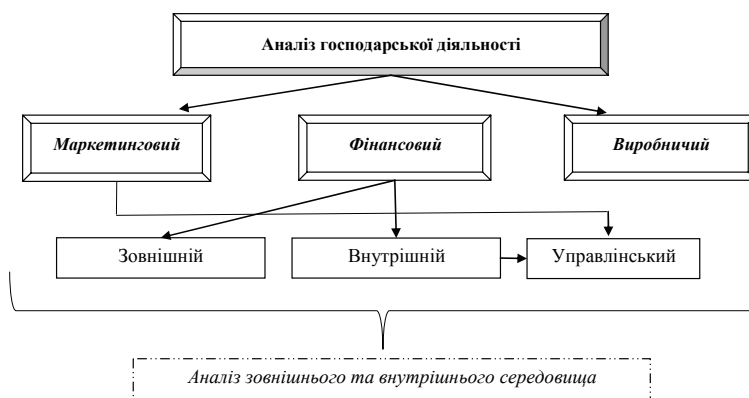


Рис. 3. Місце аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища по відношенню до основних видів аналізу [створено автором на основі [7, с. 9]]

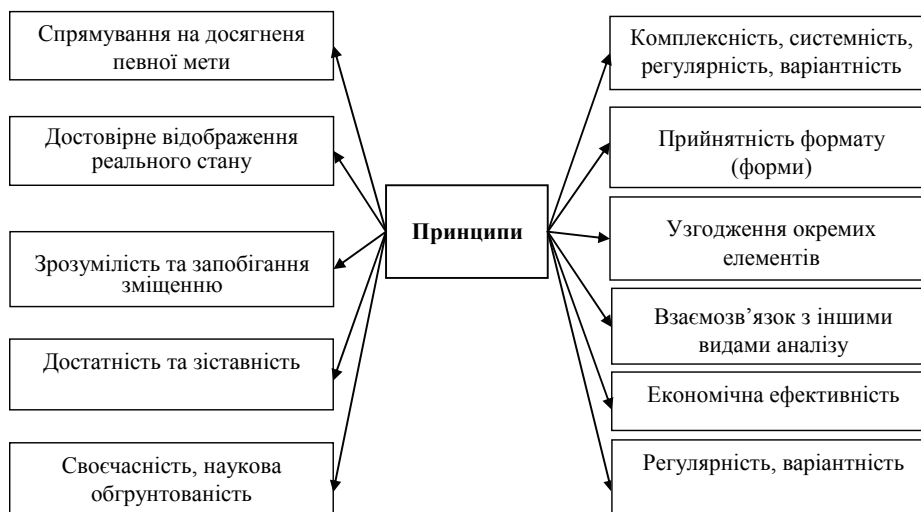


Рис. 4. Принципи аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі [створено автором на основі [7; 8]]

Принцип – це правило, якого необхідно дотримуватися при здійсненні аналізу. На відміну від мети, завдань, предмета та інших методологічних елементів, принципи аналізу залишаються незмінними за різних об'єктів аналізу. Основними принципами аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства торгівлі є своєчасність, наукова обґрунтованість, достатність, взаємозв'язок з іншими видами

аналізу, економічна ефективність, комплексність, системність, регулярність, варіантність та інші.

**ВИСНОВКИ**

Отже, аналіз є функцією управління, яка вивчає різні економічні аспекти господарських явищ і процесів, які виникають у процесі діяльності підприємства. Призначення економічного аналізу полягає у виявленні факторів і причин, що обумовили господарські явища і процеси; опрацюванні, обґрунтуванні

та розробці заходів з мобілізації виявлених резервів; підвищенні ефективності роботи підприємства, його підрозділів. Дослідження сутності, мети, завдань принципів та інших теоретичних аспектів аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства є важливою основою для усвідомлення управлінським персоналом його значення та змістового наповнення з метою подальшої організації та проведення у діяльності торговельного підприємства.

#### Список використаних джерел

1. Бойко Н.І. Методи опису, аналізу та дослідження інформаційних потоків в торговельних підприємствах / Н.І. Бойко // Електротехнічні та комп'ютерні системи. - 2014. - № 13. - С. 91-98.
2. Измайлов Я.О. Развитие методологии экономического анализа хозяйственной деятельности предприятий в постиндустриальной экономике / Я.О. Измайлов // Проблемы экономики. - 2016. - № 3. - С. 165-174.
3. Куцик П.О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контроль-аналітичне забезпечення системи управління : монографія / Куцик П.О., Медвідь Л.Г., Шевчук В.О., Харинич-Яворська Д.О. – Чернівці: Технодрук, 2015. – 370 с.
4. Орлов Д.І. Проблема аналізу впливу зовнішнього середовища на функціонування організації / Д.І. Орлов // Економіка і менеджмент культури. - 2013. - № 1. - С. 74-77.
5. Рудковський О.В. Методи оцінки впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на корпоративну безпеку / О.В. Рудковський // Стратегія розвитку України. - 2015. - № 2. - С. 119-123.
6. Фінансовий аналіз: навч. посіб. / Є.В. Мних, Н.С. Барабаш. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т: 2010. – 412 с.
7. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Г.В. Митрофанов, Г.О. Кравченко, Н.С. Барабаш та ін.; за ред. проф. Г.В. Митрофанова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т: 2002. – 301 с.
8. Фінансовий аудит: інформаційно-аналітичне забезпечення: монограф. / Є.В. Мних, С.В. Бардаш, К.О. Назарова та ін. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 416 с.