

УДК 33+658.149

**БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ: ХАРАКТЕРИСТИКА, СТРУКТУРА, РОЗВИТОК, ДІАГНОСТИКА**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.231018.192.257

**Набока Ю. В.***Дніпровський гуманітарний університет, м. Дніпро*

Метою статті є дослідження бізнес-середовища суб'єктів господарювання. Визначено, що у науковому просторі відсутня чітка дефініція змісту терміну «бізнес-середовище», а також застосовуються різні критеріальні підходи й нема уніфікованої ідентифікації головних структуроутворюючих елементів. Автором доведено, що бізнес-середовище є сукупністю факторів, у межах яких здійснюється господарська діяльність з метою отримання прибутку. Для підприємства зовнішнє середовище є сукупністю системоутворюючих факторів: фактори зв'язку (зв'язувальні параметри середовища), ресурси (допоміжні засоби), процеси (упорядковані дії), суб'єкти (юридичні та фізичні особи). Внутрішнє середовище підприємства складається з таких факторів, як: власники підприємства (бізнесмени, підприємці, акціонери, інвестори, засновники), фактори зв'язку (внутрішньокорпоративні формалізовані та неформалізовані структуроутворюючі норми, правила, цінності), ресурси (допоміжні засоби, які підконтрольні власникам), процеси (упорядковані дії у межах підприємства, які підконтрольні власникам). Зазначено, що особливістю розвитку бізнес-середовища є перманентна зміна факторів за кількісними та якісними параметрами, відповідно, констатація та опис структури бізнес-середовища можливі лише на певний момент часу. Висвітлені теорії та поширені прикладні інструменти менеджменту та маркетингу, щодо діагностики бізнес-середовища. Практичне значення статті полягає у тому, що для підприємств створюється підґрунтя розробки прикладних механізмів соціально-економічного розвитку із урахуванням стану та впливу бізнес-середовища.

**Ключові слова:** бізнес-середовище; внутрішнє середовище; зовнішнє середовище; фактори; ресурси; процеси; структура; розвиток; підприємство; динамічні здібності

UDC 33+658.149

**BUSINESS ENVIRONMENT: CHARACTERISTICS, STRUCTURE, DEVELOPMENT, DIAGNOSTICS**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.231018.192.257

**Naboka Y.***Dnipro Humanitarian University, Dnipro*

The purpose of the article is to study the business environment of business entities. It was determined that in the scientific space there is no clear definition of the content of

the term “business environment”, as well as various criterion approaches are used and there is no unified identification of the main structural elements. The author has proven that the business environment is a combination of factors in which business activities are carried out for the purpose of making a profit. For an enterprise, the external environment is a set of system-forming factors: communication factors (connecting environmental parameters), resources (auxiliary means), processes (ordered actions), subjects (legal entities and individuals). The internal environment of an enterprise consists of such factors as: owners of an enterprise (businessmen, entrepreneurs, shareholders, investors, founders), communication factors (intra-corporate formalized and non-formalized structure-forming norms, rules, values), resources (aids that are controlled by the owners), processes (orderly actions within the enterprise, controlled by the owners). It is noted that the peculiarity of the development of the business environment is a permanent change of factors by quantitative and qualitative parameters, respectively, the statement and description of the structure of the business environment are possible only at a certain point in time. The theories and common applied tools of management and marketing, on the diagnosis of the business environment are covered. The practical significance of the article lies in the fact that enterprises create a basis for developing applied mechanisms of socio-economic development, taking into account the state and influence of the business environment.

**Keywords:** business environment; internal environment; external environment; factors; resources; processes; structure; development; enterprise; dynamic capabilities

**Актуальність проблеми.** Здійснення успішної господарської діяльності потребує усвідомлення та чіткого визначення власниками та менеджерами підприємств структури свого внутрішнього та зовнішнього середовища. Недосконале знання складу, параметрів та особливостей функціонування бізнес-середовища призводить до зниження ефективності, обмеження реалізації потенціалу та навіть закриття підприємств. Особливого значення, дана проблематика має для нових підприємств, які створюються у високотехнологічних галузях в країнах з розвинутою ринковою економікою, тому, що за статистикою лише п’ята частина стартапів функціонує понад п’ять років [4].

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Дослідження змісту, ролі та впливу бізнес-середовища здійснювали українські та зарубіжні вчені, такі як: Є. В. Богодистов [1], О. Дашкевич [2], С. Л. Демиденко [3], Л. О. Добрик [4], І. В. Зенченко [5], Ігнатов Е. С. [6], М. І. Корольов [7], О. П. Крупський [1], Л. М. Мартинов [8], М. І. Мельник [9], Д. В. Нікитенко [10], Н. В. Остапенко [11], А. Ф. Острякова [12], К. Ю. Решетов [13], В. Савельєв [14], С. Е. Сардак [1, 15], І. А. Сененко

[16], Г. Г. Серебренніков [17], О. М. Фроленко [18], В. С. Чала [19], Т. В. Шталь [20], В. В. Щепак [16]. Однак у наукових публікаціях по різному тлумачиться структура, особливості розвитку та форми діагностики бізнес-середовища, що потребує проведення подальших досліджень.

**Мета роботи.** Метою статті є дослідження бізнес-середовища суб'єктів господарювання. Для досягнення поставленої мети поставлено та вирішено наступні завдання: ідентифікувати зміст терміну «бізнес-середовище»; визначити структуру бізнес-середовища підприємства; розглянути особливості розвитку бізнес-середовища; висвітлити методологічні підходи до діагностики бізнес-середовища.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Термін «бізнес-середовище» знайшов широкого вжитку у науковій літературі. У табл. 1 наведено зміст та класифікаційні підходи до характеристики бізнес-середовища.

Аналізуючи характеристику бізнес-середовища вищенаведеними вченими можна зазначити, що у науковій думці: відсутня чітка ідентифікація змісту даного терміну; застосовуються різні критеріальні підходи; нема визначеності щодо головних структуроутворюючих елементів.

За нашою думкою, бізнес-середовище можна визначити як сукупність факторів у межах яких здійснюється господарська діяльність з метою отримання прибутку. З точки зору конкретного підприємства, бізнес-середовище постає сукупністю невідконтрольних (зовнішнє середовище) та відконтрольних (внутрішнє середовище) факторів, які впливають на його господарську діяльність. Відповідно для підприємства зовнішнє середовище є сукупністю системоутворюючих факторів: фактори зв'язку (зв'язувальні параметри середовища), ресурси (допоміжні засоби), процеси (упорядковані дії), суб'єкти (юридичні та фізичні особи). Внутрішнє середовище складається з таких факторів, як: власники підприємства (бізнесмени, підприємці, акціонери, інвестори, засновники), фактори зв'язку (внутрішньокорпоративні формалізовані та неформалізовані структуроутворюючі норми, правила, цінності), ресурси (допоміжні засоби, які відконтрольні власникам), процеси (упорядковані дії у межах підприємства, які відконтрольні власникам). Спрощену структуру бізнес-середовища підприємства наведено на рис. 1.

Таблиця 1 – Характеристика бізнес-середовища

№	Автор	Зміст терміну «бізнес-середовище»	Структурний поділ бізнес-середовища
1.	Г.Г. Серебренніков (2004) [17]	Сукупність елементів	Внутрішнє середовище: основний і обіговий капітал, персонал. Мікросередовище: постачальники ресурсів, споживачі продукції, конкуренти, товари-замінники. Макросередовище: політика, екологія, економіка, технології, соціальний сектор, інституційний сектор.
2.	О. Дашкевич (2006) [2]	Сукупність факторів, які сприяють розвитку бізнесу	Головними факторами є державне та бюрократичне регулювання, інвестиції, корупція, податковий тягар, законодавче регулювання, права власності, доступ до фінансових ресурсів.
3.	М.І. Мельник (2008) [9]	Складна, багатомірна, поліфункціональна система; частина суспільного середовища; сукупність окремих суб'єктів економіки (з їх взаємозв'язками і взаємодійностями) і факторів оточуючого (зовнішнього) середовища, які впливають на них	Класифікація: стосовно до діяльності суб'єктів бізнесу (внутрішнє та зовнішнє); за рівнем агрегованості (мікро-, мезо-, макро-, мегасередовище); за рівнем інтенсивності взаємодії підприємства і його середовища (локальне, глобальне, міжнародне); за рівнем ризику (високе, середнє, низьке); за характером впливу на бізнес (стимулююче, дестимулююче, лімітуюче, нейтральне); за рівнем матеріалізації (традиційне та віртуальне); за рівнем державного втручання (дирижистська, ліберальна або змішана модель); за відкритістю (відкрите або закрите); за рівнем динамізму (статичне або динамічне); за функціональною ознакою (економічне, інституційно-правове, інноваційне, соціально-культурне, геополітичне, політичне, інформаційне, міжнародне, природно-кліматичне, екологічне, науково-технологічне); за способом координації економічної діяльності (змішане, ринкове, планове, командно-адміністративне, пострінкове); за ступенем індустріально-економічного розвитку (доіндустріальне, індустріальне, постіндустріальне).
4.	С.Е. Сардак (2009) [15]	Сукупність ресурсів та процесів	Бізнес-середовище поділяється на: зовнішнє середовище непрямого впливу (природні, біологічні, технічні, економічні, соціальні та управлінські фактори), зовнішнє середовище прямого впливу (споживачі, постачальники, посередники, контактні аудиторії), внутрішнє середовище (власники, менеджери, наймані працівники, а також інші ресурси та процеси).

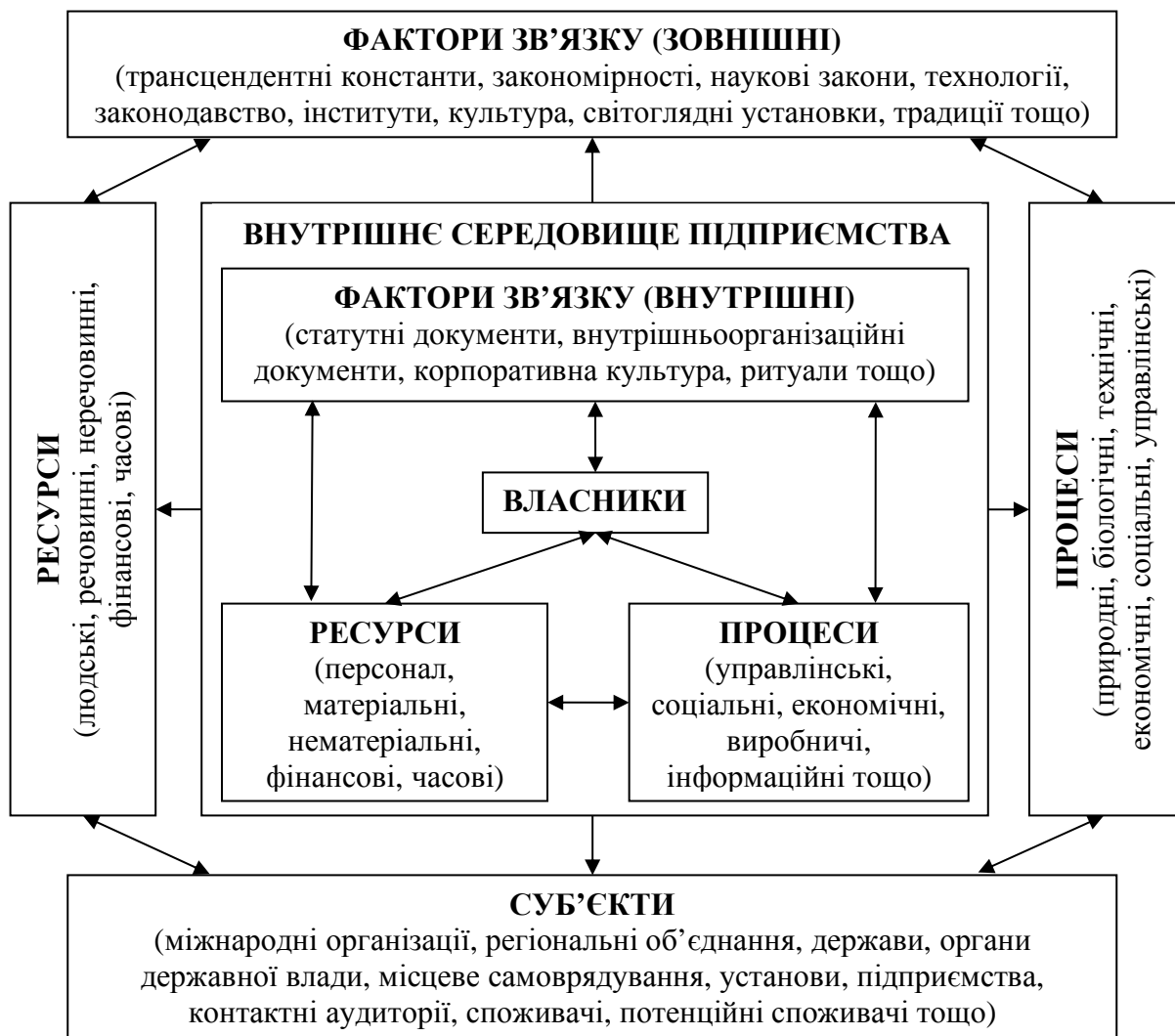
Продовження табл. 1

5. І.В. Зенченко (2011) [5]	Взаємозалежність факторів	Фактори зовнішнього середовища, регіональні фактори, фактори внутрішнього середовища.
6. М.І. Корольов (2011) [7]	Економічний простір	Фактори, бізнес-процеси, ресурси, резерви, бізнес-ландшафти, суб'єкти, об'єкти, ніші, бізнес-кластери, ландшафт-співробітництва.
7. А.Ф. Острякова (2013) [12]	Визначення меж і характеру сфер взаємодії; набір політичних, економічних, соціальних і технологічних сил; все, що так чи інакше впливає на процеси розвитку бізнесу; впорядкованість певних факторів	Розвинутість і розмір ринку, адекватні бар'єри для введення інноваційної продукції, доступність постачальників і субпідрядників, фінансові інститути, обсяг науково-дослідних робіт, система підтримки дослідницької діяльності, самостійність у розпорядженні фінансовими ресурсами, підтримка некомерційних дослідницьких програм, законодавчі акти та макроекономічні умови. Бізнес-середовище поділяється на внутрішнє середовище та зовнішнє середовище, яке складається із середовища прямого впливу (мікросередовище) та середовища непрямого впливу (макросередовище).
8. В. Савельєв (2014) [14]	Сукупність факторів та суб'єктів	Поділяється на глобальне макросередовище та мікросередовище із численними складовими елементами.
9. Д. В. Нікитенко (2017) [10]	Складна, багатомірна, поліфункціональна система, яка як залежить від багатьох чинників, так і є чинником впливу на базові та допоміжні сфери функціонування національної економіки	Ідентифікація структурних елементів здійснюється за «Інтегральним індексом інвестиційної сприйнятливості бізнес-середовища», який демонструє рівень легкості ведення бізнесу і розраховується за індексом умов ведення бізнесу рейтингу «Doing Business» Світового банку, індексом інвестиційної привабливості, розрахований Європейською бізнес-асоціацією, а також індекс поточного фінансово-економічного стану підприємств України, розрахований Державною службою статистики України.

Джерело: розроблено автором

Відповідно, досліджуючи бізнес-середовище абстраговано, наприклад, бізнес-середовище локальної території, бізнес-середовище регіону, бізнес-середовище ринку, бізнес-середовище галузі, бізнес-середовище країни або бізнес-середовище на рівні світової економіки, виявляється доцільним ідентифікувати його структуру за чотирма елементами (фактори, зв'язку, ресурси, процеси, суб'єкти), визначаючи їх склад та характеристику. А при розгляді бізнес-середовища з позиції окремого підприємства, необхідно розмежовувати внутрішнє бізнес-середовище та зовнішнє бізнес-середовище.

### ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА



*Рис. 1. Структура бізнес-середовища підприємства  
Джерело: розроблено автором за даними [1-20]*

Бізнес-середовище може мати різні характеристики за критеріальними ознаками:

- визначеність: визначене (формалізоване), турбулентне, невизначене (неформалізоване);
- прийнятність: неприйнятне, допустиме (мінімально прийнятне, оптимальне, дуже сприятливе);
- вільність: вільне (ринкове), трансформаційне, жорстко регульоване (адміністративно-командне);
- спрямованість: творення, розкрадання, знищення;
- однорідність: однорідне, неоднорідне (дискретне);
- змінність: постійне (консервативне), помірне (адаптаційне), змінне (інноваційне);
- легальність: законне, комбіноване, тіньове.

При цьому, треба враховувати, що бізнес-середовище перманентно розвивається, змінюючи фактори за кількісними та якісними параметрами. Так, у сфері факторів зв'язку відкриваються нові трансцендентні константи, помічаються закономірності, формулюються наукові закони, розвиваються та виникають нові технології, укладаються нові міжнародні договори, змінюються національні нормативно-правові акти, трансформуються інститути, культура, світоглядні установки, традиції тощо. Щодо ресурсів, то змінюється їх обсяг та якість. Стосовно процесів, то відбувається їх постійне збільшення та ускладнення. Склад та співвідношення суб'єктів, внаслідок їх односпрямованого життєвого циклу, також постійно змінюється й щоденно виникають нові та зникають відомі інституції. Відповідно, констатація та опис структури бізнес-середовища можливі лише на певний момент часу у минулому або поточному періодах, а у майбутньому може бути лише прогноз.

Питання діагностики бізнес-середовища підприємства є вкрай актуальним, тому, що параметри зовнішнього та внутрішнього середовища, як правило дисбалансовані, а це є визначальним аспектом комерційного успіху (при перевищенні внутрішніх параметрів над зовнішніми) або невдачі (при перевищенні зовнішніх параметрів над внутрішніми). Процедури діагностики бізнес-середовища розглядаються у межах численних теорій (теорії організацій, теорії менеджменту, теорія динамічних здібностей тощо) [1]. Щодо прикладних інструментів які застосовуються в менеджменті та маркетингу, то можна зазначити найбільш відомі й поширені: SWOT-аналіз, SNW-аналіз, PEST(STEP)-аналіз, GRID-матриця, EFAS-аналіз, ETOM-аналіз та інші [20].

**Висновки.** При дослідженні бізнес-середовища суб'єктів господарювання отримано наступні результати. Ідентифіковано, що термін «бізнес-середовище» активно досліджується у науковому просторі та узагальнено постає сукупністю факторів у межах яких здійснюється господарська діяльність з метою отримання прибутку. Визначено структуру бізнес-середовища підприємства, як сукупність факторів зв'язку, ресурсів, процесів та суб'єктів. Зазначено, що особливістю розвитку бізнес-середовища є перманентна зміна факторів за кількісними та якісними параметрами. Наголошено, що діагностика бізнес-середовища розглядається у межах численних теорій із застосуванням поширених прикладних інструментів менеджменту та маркетингу. Перспективою подальших досліджень є розробка прикладних механізмів розвитку підприємств із урахуванням стану та впливу бізнес-середовища.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Богодистов Е. В. Динамические способности: сравнение методов измерения на примере малых и средних предприятий Украины / Е. В. Богодистов, А. П. Крупский, С. Э. Сардак // *Економічний простір*. – 2016. – № 110. – С. 139 – 161.
2. Дашкевич О. Бизнес-среда и предпринимательская активность / О. Дашкевич // *ЭКОВЕСТ*. – 2006. – № 5. – С. 112 – 134.
3. Демиденко С. Л. Особливості стратегічного аналізу середовища підприємства / С. Л. Демиденко // *Ефективна економіка*. – 2015. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>. – Назва з екрану.
4. Добрик Л. О. Фінансові умови розвитку інноваційного бізнес-середовища стартапів і традиційного бізнесу в Україні: загальні риси та відмінності / Л. О. Добрик // *Ефективна економіка*. – 2017. – № 4. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5548>. – Назва з екрану.
5. Зенченко И. В. Оценка влияния факторов бизнес-среды на бизнес-процессы машиностроительных предприятий / И. В. Зенченко // *Вестник ОГУ*. – 2011. – №8(127). – С. 48 – 51.
6. Игнатов Е. С. Формирования бизнес-среды: теоретические аспекты. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/formirovaniya-biznes-sredy-teoreticheskie-aspekty>. – Загл. с экрана.
7. Королев М. И. Неопределенность бизнес-среды и безопасность фирмы / М. И. Королев // *Вестник Волгоградского государственного университета*. Сер. 3, Экономика. Экология. –2011. – №1(18). – С. 20 – 24.



8. Мартынов Л. М. Особенности бизнес-среды Инфоком-менеджмента / Л. М. Мартынов // Проблемы экономики и менеджмента. – 2012. – № 9 (13). – С. 72-78.
9. Мельник М. І. Класифікація бізнес-середовища : системний підхід / М. І. Мельник // Регіональна економіка. – 2008. – № 2. – С. 251 – 260.
10. Нікитенко Д. В. Інвестиційна сприятливість бізнес-середовища як чинник інвестиційної безпеки / Д. В. Нікитенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – № 18. – С. 114 – 120.
11. Остапенко Н. В. Оценка влияния институциональной среды на развитие малого предпринимательства / Н. В. Остапенко // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 3. – С. 156 – 163.
12. Острякова А. Ф. Влияние элементов бизнес-среды на развитие инновационного предпринимательства / А. Ф. Острякова // УЭКС. – 2013. – № 10 (58). – С. 12–14.
13. Решетов К. Ю. Принципы обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур на макро-, мезо- и микро-уровнях / К. Ю. Решетов // Бизнес в законе. – 2012. – № 6. – С. 213 – 216.
14. Савельев В. Оцінка бізнес-середовища при формуванні глобальної маркетингової стратегії / В. Савельев // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. - 2014. - № 3(156). - С. 112-115.
15. Сардак С. Е. Управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки / С. Е. Сардак // Європейський вектор економічного розвитку : Зб. наук. праць. – 2009. – Вип. 2 (7). – С. 154–159.
16. Сененко І. А. Вплив факторів середовища на формування системи управління підприємством / І. А. Сененко, В. В. Щепак // Бізнес Інформ. -015.- № 3.-С. 265 – 270.
17. Серебренников Г. Г. Структурный анализ бизнес-среды организации / Г. Г. Серебренников // Вестник ТГТУ. – 2004. – Том 10. – № 4Б. – С. 1158 – 1168.
18. Фроленко О. М. Бізнес-середовище підприємства: методичні підходи до його стратегічного аналізу / О. М. Фроленко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 9. – С. 145 – 150.
19. Чала В. С. Порівняльний аналіз умов ведення бізнесу в Україні, Польщі та Словаччині: стан та перспективи // В. С. Чала, К. В. Дригола, В. Є. Рижкова // Економічний простір. – 2016. – №116. – С. 104 – 114.
20. Shtal T. Methods of analysis of the external environment of business activities. T. Shtal, M. Buriak, G. Ukubassova, Y. Amirbekuly, Z. Toiboldinova, T. Tlegen // Espacios. – 2018. – Vol. 39 (12). – P. 22.