

УДК 334.012.64

СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мезенцева О.М.

Кіровоградський національний технічний університет

В статті визначено компоненти та елементи зовнішнього мікросередовища, структурні складові внутрішнього підприємницького середовища малих підприємств, розкрито комплексний підхід до його формування.

In the article the components and elements of the external micro-environment, the structural components of the internal small-scale business environment are defined along with the complex approach to its formation.

Ключові слова: підприємницьке середовище, компоненти, елементи, структурні складові.

Актуальність проблеми обумовлена кризовим станом економіки країни, що, насамперед, стосується малих підприємств, які функціонують в нестабільному підприємницькому середовищі та в умовах ризикованої діяльності їх діяльність в значній мірі залежить від формування цього середовища.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що необхідною передумовою динамічного розвитку та ефективної діяльності малих підприємств є створення сприятливого підприємницького середовища та його регулювання. Звідси першочерговим завданням подальшого розвитку малих підприємств є визначення підприємницького середовища, що включає компоненти та елементи зовнішнього мікросередовища та перемінні складові внутрішнього середовища.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Вагомі характеристики зовнішнього і внутрішнього середовища були надані видатними економістами М.Х.Месконом, М.Альбертом та Ф.Хедоурі [1].

Серед вітчизняних фахівців питання зовнішнього середовища висвітлювалися С.Покропивним, В.Колотом, В.Кисельовим, В.Хобтою,

М.Хорунжим та ін. Але наведені вище автори не мають однозначної думки про віднесення мікросередовища до підприємницького.

Проблеми формування внутрішнього середовища розглядалися такими українськими та російськими авторами: В.Альгіним, Б.Мізюк та А.Ефендієвим та ін. Означені автори, розглядаючи внутрішнє підприємницьке середовище, чітко не визначають, що відноситься до його структурних складових, не висвітлюють комплексного підходу до їх визначення та формування.

Метою роботи є визначення підприємницького середовища, що включає компоненти та елементи зовнішнього мікросередовища, перемінні складові внутрішнього середовища малих підприємств та підходи до його формування та регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати дослідження дають можливість однозначно стверджувати, що підприємницьке середовище включає компоненти та елементи зовнішнього мікросередовища і перемінні складові внутрішнього середовища, дію яких та вплив на розвиток малих підприємств слід проаналізувати та оцінити, виявивши позитивні чи негативні сторони їх діяльності.

У відносинах, що відбуваються у виробничій, торгівельній, комерційній та інших видах діяльності малих підприємств, роботодавець – найманий працівник, споживач – виробник, виробник – посередник – постачальник, кредитор – позичальник, виробник – партнер – конкурент на різних ринках не перебувають в умовах ізоляції, а функціонують у підприємницькому середовищі, яке і визначає їхні позиції та позитивні чи негативні дії. Різні відхилення в процесі діяльності призводять до виникнення небезпек, зовнішніх загроз підприємницькій діяльності чи до дестабілізуючих дій в результаті ризикових рішень при здійсненні відповідних відносин між ними. Складові зовнішнього підприємницького мікросередовища малих підприємств наведено в табл. 1.

Перемінні складові внутрішнього підприємницького середовища наведено на рис. 1, окремі з яких потребують пояснення.

Система управління малим підприємством складається з сукупності компонентів та елементів, які характеризуються власними критеріями і

Таблиця 1. Компоненти та елементи зовнішнього підприємницького мікросередовища формування малих підприємств

Компоненти середовища	Структурні елементи компонентів	Визначення компонентів середовища
Споживачі	Покупці Клієнти Замовники Оптовики	Споживачі – фізичні чи юридичні особи, які використовують, споживають продукцію (товари, роботи, послуги) виробничої діяльності як інших виробників, так і власні [2, с. 411]
Постачальники	Постачальники матеріалів, сировини, обладнання, трудових ресурсів Вкладники капіталу	Постачальники – фізичні чи юридичні особи, які забезпечують замовників, споживачів, покупців продукцією (товарами, роботами, послугами) [2, с. 411]
Посередники	Посередники на ринках капіталу, товарів і послуг, праці, ресурсів та збуту	Посередники – особи (юридичні, фізичні), що представляють інтереси виробників або споживачів, а самі не є такими [3, с. 30]
Кредитори	Банки, кредитні спілки, інвестори, фізичні особи, ломбарди	Кредитор (позикодавець) – один з учасників кредитних відносин, який надає кредит і має право вимагати від боржника (дебітора) сплати боргу [4, с. 463]
Партнери	Партнери на ринках капіталу, товарів і послуг, праці, ресурсів та збуту	Партнери – члени колективного бізнесу – несуть або повну солідарну відповідальність за результати своєї господарсько-фінансової діяльності, чи відповідно частки, вкладеної в капіталі фірми [5, с.57]
Конкуренти	Конкуренти по випуску продукції чи наданню послуг Конкуренти на ринку капіталу, товарів і послуг, праці, ресурсів та збуту	Конкуренти – фізичні та юридичні особи, підприємства, які конкурують з відповідним малим підприємством на ринку товарів (послуг) [6]

показниками, об'єднаними певними відносинами і утворюючими єдине ціле з новими якостями, порівняно з властивостями її складових, що виступають в процесі взаємодії в якості засобів досягнення поставленої мети (цілей).

Структура малого підприємства – “це сукупність елементів і взаємозв'язків між ними, що дає змогу найефективніше перетворювати вхідні ресурси в завершальний продукт і досягати поставлених цілей” [7, с. 15].

Метою діяльності малих підприємств є досягнення позитивних економічних і соціальних результатів та одержання максимального



Рис. 1. Перемінні складові внутрішнього підприємницького середовища малих підприємств

прибутку на основі створення умов для реалізації їх потенціалу, підвищення професійного та кваліфікаційного рівня персоналу та подальшого розвитку.

Однією з основних цілей на сучасному етапі є ефективна діяльність малих підприємств та їх розвиток, що відповідає означеній вище меті та досягається реалізацією складових відповідної системи управління.

Необхідність постійної адаптації малих підприємств до умов господарювання, що змінюються, обумовлює вимогу гнучкості цілей, що може забезпечити безпеку підприємницької діяльності. Тому, при визначенні цілей розвитку малих підприємств, слід враховувати існуючі законодавчі та нормативні обмеження стосовно фінансування, матеріальних ресурсів та окремих видів діяльності.

Стратегія управління, враховуючи особливості функціонування малих підприємств, пов'язана з прийняттям та реалізацією довгострокових та інших обґрунтованих заходів з метою досягнення визначальних цілей для забезпечення можливостей розвитку малих підприємств.

Тактика – методи, засоби, форми, способи досягнення поточних цілей в результаті діяльності і розвитку малих підприємств.

Функції управління – визначений вид управлінської діяльності, об'єктивно необхідної для забезпечення цілеспрямованого впливу на об'єкт управління [8, с. 103]. В нашому випадку в якості об'єкта виступають малі підприємства.

Серед загальних функцій управління для умов діяльності малих підприємств особливо важливою є функція регулювання. Регулювання – вплив на об'єкт управління, через який досягається стан стійкості об'єкта при виникненні відхилень від заданих параметрів [9, с. 290]. За його допомогою впорядковуються співвідношення елементів єдиного процесу, який відбувається під час реалізації завдань щодо діяльності та розвитку малих підприємств.

Аналіз та оцінка дії компонентів та елементів внутрішнього підприємницького середовища, що наведені на рис. 1, дозволяє з'ясувати, які з них на даний момент надають можливості або становлять загрозу для розвитку малих підприємств, тобто визначити позитивну чи негативну їх дію.

Дослідження впливу мікро- і макросередовища на функціонування і розвиток малих підприємств, вивчення можливостей і загроз, сильних і слабких сторін в їх діяльності (SWOT-аналіз) є необхідним для визначення цілей, формування стратегії, спрямованої на посилення конкурентних переваг, аналізу і оцінки результатів діяльності. SWOT-аналіз базується на вивченні стану, в якому знаходяться малі підприємства, і закінчується розробкою висновків і рекомендацій щодо здійснення механізму регулювання розвитку малих підприємств та укріплення його конкурентних переваг на ринку.

Висновки. Використання наведених вище результатів дослідження щодо формування ефективного підприємницького середовища, визначення його основних компонентів і елементів та структурних складових в практичній діяльності малих підприємств дозволяє підвищити ефективне їх функціонування в необхідних напрямках роботи. В перспективі цьому сприятиме розробка та реалізація науково-

обґрунтованої системи регулювання діяльності та розвитку малих підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
2. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Основы менеджменту: Підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 416 с.
3. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник, – К.: КНЕУ, 1998. – 352 с.
4. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.
5. Киселёв А.П. Теория и практика современного бизнеса (или как создать фирму и работать на себя). – К.: Либра, 1995. – 248 с.
6. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – <http://ru.wikipedia.org>.
7. Менеджмент організацій: Підручник/За ред. Л.І.Федулової. – К.: Либідь, 2003. – 448 с.
8. Карданская Н.Л. Принятие управленческого решения: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 407 с.
9. Тэмпан Л.Н. Риски в экономике: Учеб. пособие для вузов /Под ред. В.А.Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 380 с.