

Рибчак В.І., к.е.н., доцент

Уманський Національний Університет Садовництва (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР МАЛОГО БІЗНЕСУ

Вступ

В умовах посилення конкурентної боротьби, особливої актуальності набуває розвиток суб'єктів господарювання. Ситуація на макроекономічному рівні вимагає посиленої уваги до внутрішніх джерел зростання господарського комплексу, модернізації підприємницьких структур малого бізнесу на основі передових, конкурентноздатних технологій, реалізації наукових досягнень і ефективних винаходів.

Метою даної статті є обґрунтування алгоритму розробки стратегії розвитку підприємницьких структур малого бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Розвиток теорії та практики стратегічного управління в Україні пов'язаний із економічним розвитком країни, зокрема процесами, що відбуваються у сфері підприємництва.

Початок 90-х років минулого століття - це етап опанування теорії стратегічного управління та впровадження ідеї стратегічної орієнтації в діяльність підприємницьких структур.

Із середини 90-х років відбувається процес практичного використання концепції стратегічного управління й для підприємств малого бізнесу. Сектор малого підприємництва починає ширше застосовувати елементи стратегічного управління: визначати місію, систему стратегічних цілей, SWOT-аналіз тощо.

Зростання актуальності стратегічного управління для сфери підприємництва обумовило збільшення кількості наукових досліджень із проблематики стратегічного управління, розроблення наукових та навчально-методичних видань.

Кінець 90-х років ХХ ст. - початок ХХІ ст. - етап перетворення стратегічної орієнтації на філософію підприємництва. На макрорівні приймається низка стратегічних програмних документів щодо соціально-економічного розвитку України. На мікрорівні увага керівників

концентрується на питаннях перспективного розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища. Посилення конкуренції обумовлює пошук шляхів інтеграції потенціалу суб'єктів господарювання та співробітництва для забезпечення життєдіяльності й конкурентних позицій на ринку. Інтеграційні процеси на мікрорівні здійснюються в напрямі зовнішнього зростання, що передбачає використання стратегії вертикальної та горизонтальної інтеграції.

У даному контексті слід зазначити, що ступінь розвитку стратегічної орієнтації, готовність до впровадження стратегічного підходу обумовлюють особливості процесу формування системи стратегічного управління у підприємницьких структурах малого бізнесу. Стосовно повноти використання малими підприємствами концепції стратегічного управління можна виділити три рівні.

Перший рівень – малі підприємства, які передбачають використовувати концепцію стратегічного управління у майбутньому (за результатами дослідження таких підприємницьких структур, їх виявилось 53.7%).

Другий рівень - у своїй діяльності малі підприємства використовують окремі елементи стратегічного управління (25,2 % підприємницьких структур).

Третій рівень – малі підприємства зорієнтовані на пошук можливостей у зовнішньому середовищі, застосовують принципи та елементи стратегічного управління (21,1 % малих підприємств).

Отже, можна констатувати, що на сучасному етапі для забезпечення стійкого розвитку в умовах ринку необхідно, щоб стратегічне управління стало реальним інструментом розвитку підприємницьких структур малого бізнесу.

Аналіз практичних аспектів підприємницької діяльності дозволяє виділити її специфічні риси.

1. Підприємець виступає як самостійно господарюючий суб'єкт. Незалежність як вихідну ознаку підприємництва не можна розуміти спрощено. Самостійність підприємця полягає в тому, що над ним немає інстанції, що примушує щось робити.
2. Підприємницька діяльність пов'язана з ризиком, тобто імовірністю виникнення збитків, недоодержання доходів чи, навіть, банкрутство. Ризик є наслідком економічної свободи і незалежності підприємництва. Причини ризику – це непередбачуваність ринкової ситуації і новаторський характер підприємництва.
3. Підприємницька діяльність передбачає матеріальну відповідальність за реалізацію ідей.
4. Новаторський характер діяльності підприємця. Оцінюючи ефективність впроваджуваних змін, підприємці, здебільшого, визначають такі критерії: отримання більшого прибутку; збіль-

шення обсягів збуту; зростання заробітної плати працівників; зміни в системі роботи з постачальниками та споживачами.

Необхідно зазначити, що сучасна стратегія розвитку підприємницьких структур малого бізнесу повинна передбачати:

- стратегічна орієнтація ринку;
- стратегія ціноутворення, прогнози цін на основні товари вироблені в регіоні;
- стратегія охоплення ринків;
- стратегія розробки нових товарів;
- вибір ресурсної стратегії;
- стратегія стимулювання збуту товарів, вироблених регіональними підприємствами (організаціями);
- стратегії реклами і зв'язків із громадськістю регіону;
- маркетинг науково – технічної продукції.

Оцінка результатів впровадження новацій на підприємстві малого бізнесу може здійснюватися за типовими «середніми показниками»: 15-20 % зростання продуктивності; . 10-20 % зменшення складських запасів; 20-50 % скорочення виробничого, операційного, фінансового циклів.

При цьому обґрунтованої методики, яка б дозволяла чітко визначити вплив кожного перетворення на ефективність підприємницьких структур, не існує.

У рамках стратегії розвитку підприємницьких структур малого бізнесу економічну та соціальну ефективність змін доцільно оцінювати керуючись такими принципами:

- ефективність оцінюють порівнюючи економічні та соціальні результати, визначені перед початком процесу змін, зі станом, який складеться в процесі діагностики цих змін;
- кількісні результати оцінюють шляхом підведення балансу про стан до та після змін, для оцінювання за якісними критеріями використовують відповідні інструменти - анкети, опитування, спостереження тощо.

Згідно з традиційним підходом, при оцінюванні ефективності організаційних перетворень увага зосереджується, насамперед, на визначенні економічної ефективності у кількісних показниках. Деякі провідні вчені зазначають, що найбільш прогресивним є підхід, який передбачає визначення того, чи була реалізована загальна мета та всі конкретні організаційні перетворення. Отримані результати при цьому оцінюються як кількісними, так і якісними показниками. У контексті підвищення значущості соціальних факторів такий підхід до оцінки ефективності стратегічних змін є найбільш доцільним, а тому потребує удосконалення.

Вихідним етапом оцінювання результатів вважатиметься момент закінчення підготовчого етапу. Оцінка змін в управлінських про-

цесах може бути об'єктивною лише після того, як мине визначений проміжок часу. Щодо якісних наслідків змін (психосоціологічні фактори), оцінювання рекомендується проводити не раніше ніж через шість місяців або рік із моменту започаткування проекту. Воно здійснюється на основі опитувань усіх груп працівників підприємницьких структур малого бізнесу для визначення їхньої думки стосовно не лише загальної оцінки змін, а й умов роботи, результатів навчання і підвищення кваліфікації, способів винагороди, атмосфери у колективі, стилю управління, перспектив на майбутнє, недоліків і проблем, що виникають, тощо.

Упорядкування й оцінювання структурних компонент стратегічного потенціалу дозволяє ідентифікувати можливість ефективної реалізації стратегічних напрямів розвитку малого підприємства. При цьому вагомим значення набуває діагностика його потенційних можливостей, яка проводиться на основі порівняння існуючих параметрів використання стратегічного потенціалу при наявних потужностях, ресурсному забезпеченні та ринковій ситуації, із потенційними параметрами. Основною метою такої діагностики та порівняння є виявлення дестабілізуючих факторів, які обмежують потенційні можливості будь-яких малих підприємств.

Якщо результати проведеного порівняння свідчать про негативні тенденції досліджуваної системи та недостатній фактичний рівень використання стратегічного потенціалу, необхідно розробляти відповідні управлінські рішення з використанням технологій фінансового інжинірингу. Ці технології мають бути спрямовані на нарощування стратегічного потенціалу і доведення його до нормативного значення, при якому мале підприємство зможе реалізувати заплановані стратегічні напрями розвитку.

Завершальним етапом алгоритму оптимізації є розроблення та реалізація методик нарощування стратегічного потенціалу на основі реальних опціонів, як одного із дієвих інструментів фінансового інжинірингу за умов непередбачуваних впливів зовнішнього середовища за наявності неточної та неповної інформації. Застосування реальних опціонів при управлінні стратегічним потенціалом дозволяє не тільки збільшувати вартість, а й управляти корпоративними ризиками, прогножуючи їх, та мінімізувати втрати.

Сукупність цих залежностей знайшла своє відображення у запропонованому методологічному інструментарії управління стратегічним потенціалом малого підприємства, зокрема у використанні інструментів фінансового інжинірингу, що має вирішальне значення для забезпечення конкурентоспроможності та довготривалого успіху підприємства.

Основні вимоги щодо управління стратегічним потенціалом підприємницьких структур малого бізнесу є такі:

- проведення постійного моніторингу за процесом формування стратегічного потенціалу; аналіз динаміки зміни співвідношення структурних компонент, оскільки зміна структури стратегічного потенціалу може виявитися наслідком деформації його функціональних елементів, що впливатиме на виробничо-господарську діяльність;
- оцінювання рівня використання стратегічного потенціалу в динаміці, що надасть керівництву додаткову інформацію про співвідношення існуючих параметрів із потенційними можливостями для реалізації стратегічних напрямів розвитку;
- аналіз впливу зовнішніх факторів та ринкових сил на функціонування підприємницьких структур малого бізнесу, оскільки саме це впливає на досягнення стратегічних цілей і визначає необхідність внесення коректив у певні композиційні складові стратегічного потенціалу;
- в умовах динамічного й непередбачуваного зовнішнього середовища постійний пошук нових методів та підходів оптимізації рівня використання стратегічного потенціалу із залученням сучасних фінансових інструментів.

Підсумовуючи вищевикладене, можна констатувати, що розвиток стратегічного управління перебуває на етапі становлення стратегічного планування. Однією із головних проблем цього етапу для суб'єктів господарювання є формування стратегічного мислення та підготовка фахівців зі стратегічного управління. Загальновідомо, що без нового економічного світогляду практично неможливо застосувати принципи стратегічного управління.

Висновки

Підсумовуючи викладене вище, можна стверджувати, що фактичний рівень використання стратегічного потенціалу не сприяє ефективній роботі підприємницьких структур малого бізнесу.

Впровадження технологій фінансового інжинірингу для оптимізації рівня використання стратегічного потенціалу дозволить вирішити складні завдання, які неможливо вирішити традиційними підходами. Адже в умовах глобалізації зарубіжних фінансових ринків та жорсткої конкурентної боротьби виникає необхідність використання революційних фінансових інструментів, які дозволять перекласти ризики на контрагентів, максимально ефективно використовувати стратегічний потенціал при управлінні процесами нарощування вартості капіталу за допомогою реалізації моделей реальних опціонів.

Література:

1. Садеков А. Методичний підхід до оцінки ефективності стратегічних змін на підприємстві /А. Садеков //Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. - №2. – С.5-10
2. Пастухова В. Розвиток теорії та практики стратегічного управління України /В. Пастухова //Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2012. - №1. – С. 36-39
3. Танько К.С. Стратегічне маркетингове планування як одна з найважливіших функцій регіонального розвитку /К.С. Танько //Ринкова трансформація економіки України: проблеми регулювання: Колективна монографія /за ред. В.Ф. Беседіна, А.С. Музиченка. – К.: НДЕІ. – 2005. – С. 523-528

STRATEGIC ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES OF SMALL BUSINESS

Key words: small business, strategy of development, competition.

Summary

The article is devoted to the strategic aspects of development of business structures of small business. Analyzed the stages of dissemination of the concept of strategic management at the micro level.