

*Говорушко Т.А., д.е.н., професор,
завідувач кафедри фінансів
Національного університету харчових технологій*

*Говорушко Т.А., д.э.н., профессор,
заведующий кафедрой финансов
Национального университета пищевых технологий*

*Govorushko T.A, Doctor of Economic Sciences, professor,
Head of Finance National University of Food Technologies*

**ДО ПИТАННЯ ПРО ВАЖЛИВІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В РИНКОВИХ УМОВАХ
ГОСПОДАРЮВАННЯ
К ВОПРОСУ О ВАЖНОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЫ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ
ВЕДЕНИЯ ХОЗЯЙСТВА
TO QUESTION ABOUT IMPORTANCE OF RESEARCH OF
ENTERPRISE ENVIRONMENT IN MARKET CONDITIONS OF
MENAGE**

Анотація. Розглядається теорія підприємницького середовища і з'ясовується його сутність. Пропонується розмежування підприємницького і господарського середовища як самодостатніх категорій. Наголошується на важливості результатів наукових досліджень підприємницького середовища.

Ключові слова. Підприємницьке середовище, господарське середовище, внутрішнє середовище, зовнішнє середовище. Методи дослідження.

Аннотация. Рассматривается теория предпринимательской среды, выясняется её сущность. Предлагается разграничение предпринимательского и хозяйственной среды как самодостаточных категорий. Подчеркивается важность результатов научных исследований предпринимательской среды.

Ключевые слова. Предпринимательская среда, хозяйственная среда, внутренняя среда, внешняя среда. Методы исследования.

Annotation. We consider the theory of the business environment, it turns out its nature and proposed separation of business and economic environment as a self-contained categories. Stressed the importance of scientific research business environment.

Keywords. Enterprise environment, economic environment, internal environment, external environment. Research methods.

Постановка проблеми. Домінуючою стратегією більшості виробничих підприємств під час світової фінансової кризи стала стратегія виживання, що реалізується в умовах невизначеності перспектив розвитку. Більшість керівників не приділяють увагу аналізу зовнішніх факторів і їх впливу на господарську діяльність підприємств. Серед учених проблематика сутності підприємницького середовища та його впливу на якість господарювання підприємств різних розмірів і видів економічної діяльності представлена в працях В.К. Збарського [3], В.О. Сизоненка [8], Т.П. Ткаченко [6].

Аналіз останніх досліджень. Необхідно відзначити, що більшість вітчизняних авторів приділяють увагу правовому забезпеченню підприємницької діяльності та державної політики щодо підтримки розвитку малих підприємств. Однак з теоретичної точки зору не всі питання, що пов'язані з категоріями зовнішнього та внутрішнього середовища господарської діяльності підприємств, достатньо досліджені. Не повністю розкрито сутність поняття «підприємницьке середовище», не ідентифіковані його ознаки і чинники, що в достатній мірі зумовлює актуальність обраного напрямку дослідження.

Метою статті є уточнення сутності підприємницького середовища як теоретичної категорії в контексті розвитку теоретичних засад підприємницького і господарського середовища в ринкових умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Згідно сучасного тлумачного словника української мови, середовище – це сукупність природних умов, у яких проходить життєдіяльність якого-небудь організму; сфера, соціально-побутові умови, в яких проходить життя людини; оточення, коло, обшар [7]. Тобто середовище – поняття найзагальніше. Його використовують для позначення всього, що оточує об'єкт.

Звідси випливає, що достатньо часто використовуваний синонім підприємницького середовища «зовнішнє середовище» менш вдалий, оскільки під самим словом «середовище» уже розуміють оточення об'єкта. Можна також стверджувати, що середовище є більш широким поняттям, ніж поняття «підприємницьке середовище». Згідно джерела [99], терміни «підприємництво», «підприємницьке» походять від німецького слова Unternehmen «розпочати, взятися», що пізніше трансформувалося в слова «підприємство, справа».

Виноградська А.М. пояснює підприємницьке середовище, як суспільно-економічну ситуацію, яка містить в собі: ступінь економічної свободи; наявність підприємницького корпусу; домінування ринкового типу економічних зв'язків; можливість формування підприємницького капіталу та використання необхідних ресурсів. На її думку, середовище можна уявити у вигляді економічної системи, де відбувається активний кругообіг між її складовими елементами: природними ресурсами,

державою, домашніми господарствами, підприємництвом. Це основні елементи зовнішнього середовища бізнесу, між якими постійно здійснюється товарний та фінансовий кругообіг, формуються тісні зв'язки та проводяться обмінні операції для забезпечення нормального економічного розвитку системи в цілому [2, с. 169].

Більшість вчених вважають, що середовище, в якому здійснює свою діяльність суб'єкт підприємницької діяльності, можна поділити на внутрішнє та зовнішнє. Мацибора В.І., Збарський В.К., Мацибора Т.В. виділяють мікросередовище і макросередовища [5, с. 33].

Найбільш влучні трактування підприємницького середовища наведено в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Трактування підприємницького середовища вітчизняними вченими

№ п/п	Вітчизняні вчені	Визначення суті підприємницького середовища
1	Кредісов В.А. [4, с. 19].	Розглядає підприємницьке середовище як соціально-економічні умови і чинники навколишнього середовища, які впливають на функціонування підприємства і вимагають реагування на нього.
2	Войнаренко М.П. [1, с. 24-25]	Підприємницьке середовище – суспільно-економічна ситуація, що включає ступінь економічної свободи, наявність (або можливість появи) підприємницького корпусу, домінування ринкового типу економічних зв'язків, можливість формування підприємницького капіталу й використання необхідних ресурсів.
3	Бутенко А.І., Кучеренко В.Р. [2, с. 46]	Під підприємницьким середовищем розуміють комплекс умов і чинників зовнішнього порядку, які впливають на можливості і кінцеві результати діяльності суб'єктів ринкових відносин, а також дозволяють підприємцеві реалізувати свої цілі і функції. Поділяють підприємницьке середовище на несприятливе, частково сприятливе і сприятливе.
5	Ткаченко Т.П. [6, с. 128]	Автором пропонується визначення підприємницького середовища як певної системи, що включає в себе суб'єктів підприємницької діяльності, нормативно-правову базу, політичну ситуацію, соціальні настрої в суспільстві, які впливають на функціонування підприємства і вимагають відповідного реагування на них. Підприємницьке середовище є одним з найвагоміших чинників впливу на розвиток підприємництва.

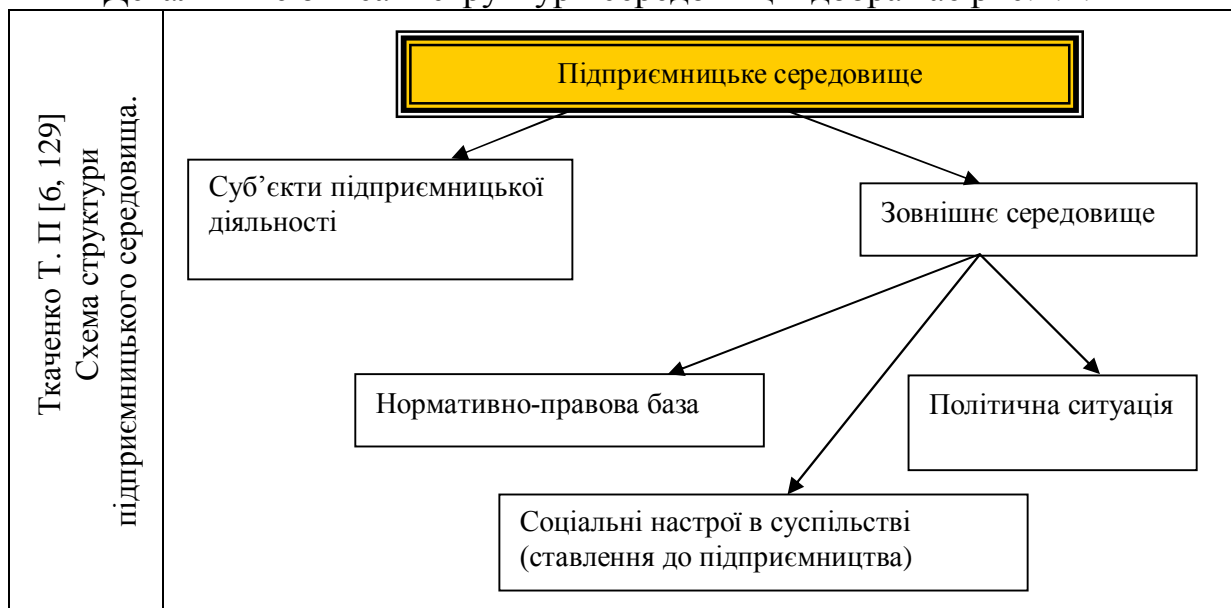
Необхідно уточнити, що під мікросередовищем частіше за все розуміють сукупність зовнішніх щодо підприємства суб'єктів, які безпосередньо впливають на його діяльність і які, в свою чергу, перебувають під впливом цієї діяльності. Основними ланками макросередовища, що певною мірою впливають на діяльність підприємства, є: економічне, природно-екологічне, інформаційне, науково-технічне, політико-правове і соціально-культурне середовище. Звідси, середовище - це оточення підприємства, тобто сукупність чинників, що не входять до складу підприємства, але впливають на нього або можуть вплинути на процес його функціонування. А підприємницьке середовище –

це комплекс умов і сил зовнішнього характеру, які впливають на можливості і кінцеві результати діяльності суб'єктів підприємницької діяльності. Воно охоплює зовнішнє і внутрішнє середовище.

На думку автора, доцільно з наукової точки зору, як альтернативу поняттю «підприємницьке середовище», ввести поняття «господарське середовище». Під господарським середовищем слід розуміти сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів, що безпосередньо або опосередковано впливають на діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, від яких залежить життєздатність і прийняття рішень конкретного підприємства та рівень ефективності їхньої діяльності.

З іншої сторони автор вважає, що більш точно підприємницьке середовище можна трактувати як сукупність різноманітних факторів прямої і опосередкованої дії, що оточують всі суб'єкти підприємницької діяльності або знаходяться всередині цих суб'єктів, діючи на них. Підприємницьке середовище дає можливість для подальшого поглиблення розподілу суспільної праці, розширення міжнародного економічного співробітництва, запровадження науково-технічних і соціально-економічних нововведень у підприємницькому просторі.

Детальніше описані структури середовищ відображає рис.1.1.



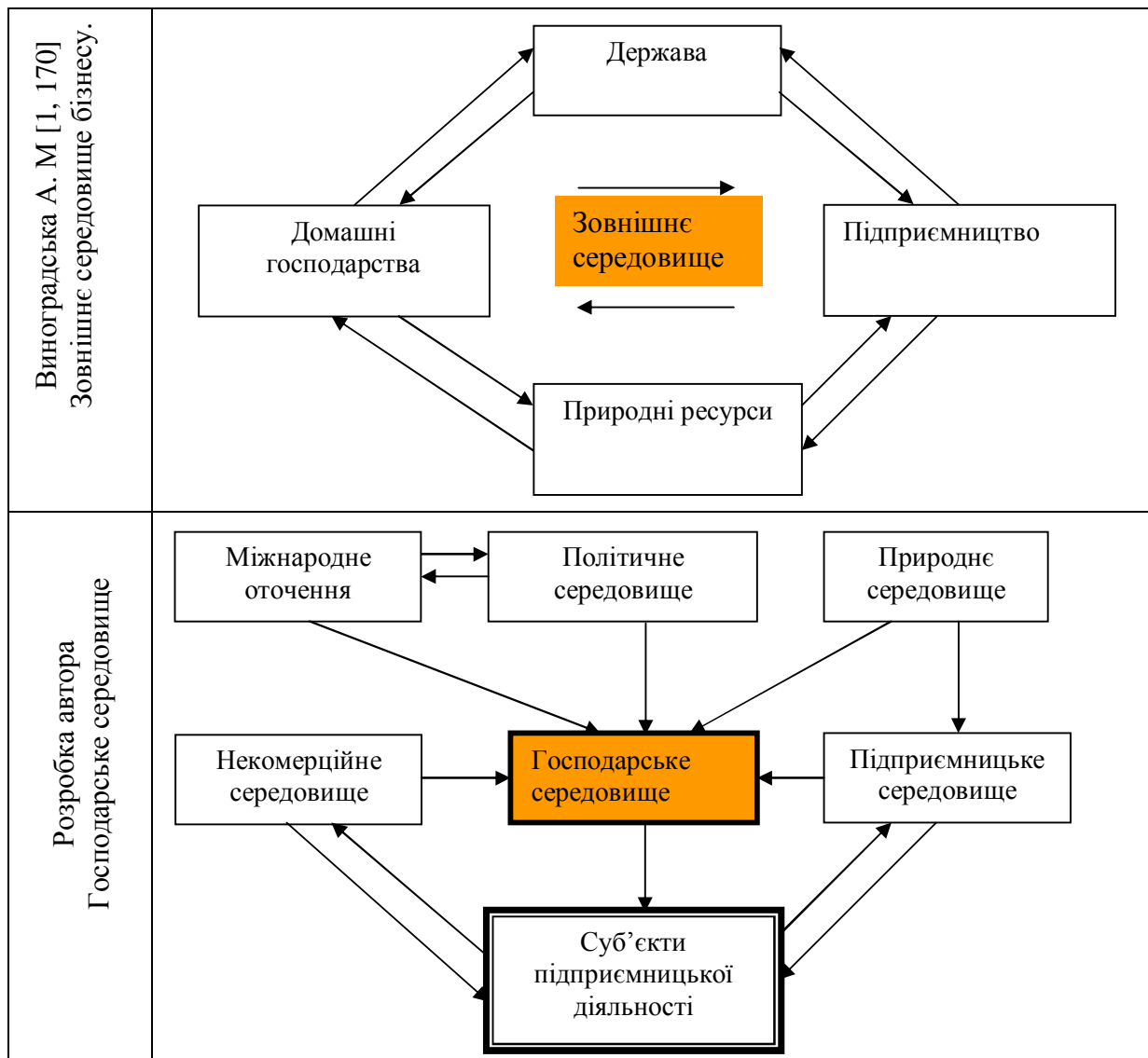


Рис.1.1. Схеми зовнішнього середовища

Необхідно виділити чотири джерела формування прошарку підприємців в Україні на початку ринкових реформ:

1. Керівний склад державних підприємств. Тобто, перша група підприємців була сформована в основному з числа керівників державних підприємств, які тими чи іншими засобами привласнили майно і кошти цих підприємств.

2. Представники органів влади. Чинovníки-бізнесмени, використовуючи свої владні повноваження, сприяли розвитку підприємств, що належали їм, при цьому їх вихід із складу керівних органів підприємницьких структур ніяк не заважав укладанню цими підприємствами вигідних договорів, особливо експортно-імпортного характеру, отриманню позик на пільгових умовах та інших податкових пільг, розміщенню вигідного держзамовлення.

3. Представники партійного та комсомольського апарату, працівники науково-дослідних установ. Маючи значні організаційні навички, ділові зв'язки, високий інтелектуальний рівень, після ліквідації комсомолу і

заборони диктатури комуністичної партії, залишилася без роботи. в умовах швидкої лібералізації економіки такі апаратчики обрали діяльність у фінансовому та посередницько-торговельному сегментах бізнесу, де можна швидко одержати надприбутки.

4. Кримінальний світ. У 90-х рр. в Україні з'явилася велика кількість злочинних угруповань, які забезпечували «спокій» у бізнесі. Фірми і підприємства в умовах безсилля і занепаду правоохоронних органів для захисту своїх інтересів були змушені звертатися до бандитських формувань, так званих «бригад». У результаті навколо бізнесу сформувався кримінальний сектор. З часом лідери злочинних угруповань легалізували кошти, отримані злочинним шляхом, і, започаткувавши легальний бізнес, стали підприємцями.

Таким чином, формування прошарку підприємців в Україні в пострадянський період здійснювалось стихійно і хаотично. Головним стимулом був орієнтир на швидке збагачення без ризику втрати капіталу.

На другому етапі до названих чотирьох джерел формування підприємницького середовища в Україні приєднуються велика кількість працівників звільнених з державних підприємств, які в ринкових умовах стали банкрутами, а також військовослужбовці звільнені з лав Збройних сил України, які почали займатися малим підприємництвом.

Третю хвилю розвитку підприємницького середовища в сучасних умовах в Україні доповнюють формування підприємців, що представляють родини провладних партій та нащадки родинно-кланових угруповань, створених першою хвилею підприємництва, а також частина безробітних які, як правило, проходять професійну підготовку для започаткування власної справи.

Зрозуміло, що результати діяльності будь-якого підприємства значною мірою визначаються його підприємницьким середовищем. Підприємство являє собою відкриту систему, а тому залежить від підприємницького середовища стосовно поставок ресурсів, енергії від кадрів і споживачів.

У підприємницькому середовищі підприємство формує свою репутацію, втілює в життя свої наміри, реалізує продукцію, отримує прибуток. Нестійкість і слабка життєздатність багатьох підприємств пояснюється в об'єктивно менш сприятливих, порівняно з великими підприємствами, ринкових умовах господарювання. Що визначається у формі значно слабкішого стану внутрішнього середовища і більш загрозливого для нього зовнішнього середовища. Внутрішнє середовище відображає процеси та дії, що здійснюються у середині суб'єкта господарювання і становлять основу його функціонування.

Головне місце у внутрішньому середовищі займає підприємець, який створив свою фірму та нею керує. Підприємець самостійно приймає рішення з багатьох питань: обсяг ресурсів, що вкладаються, визначення

мети, організація технології виробництва, організаційна побудова підприємства, наймання персоналу, постановка конкретних завдань, результат виробництва.

У внутрішньому середовищі підприємства потрібно досконало знати структуру і технологію підприємства, його проблеми, труднощі, форми і методи роботи, керувати розподілом ресурсів, впроваджувати нові технології.

Впровадження інноваційних технологій на підприємстві передбачає детальне вивчення і аналіз внутрішнього середовища. Як стверджують науковці Власова А.М. і Краснокутська Н.В. «при цьому береться до уваги стан внутрішнього середовища даної господарської системи» [6, с. 10].

Як зазначають більшість вчених, внутрішнє середовище визначається внутрішніми, тобто ситуаційними факторами всередині організації. Однак фактори та оцінка їхнього впливу на господарську діяльність різні за ступенем дії. Як правило, підприємство у процесі управління бізнесом саме визначає, які фактори і у якій мірі можуть найбільш впливати на результати діяльності нині та у майбутньому. З іншої точки зору розглядає внутрішнє середовище Гріфін Р. відносячи до його складу власників, адміністрацію, персонал, фізичне середовище для роботи та культуру організації [8, с. 60].

Описуючи внутрішнє середовище організації Беседін М.О., Нагаєв В.М. також виділяють внутрішні зміни як ситуаційні фактори в середині організації (цілі, структура, завдання, технологія, люди) [6, с. 35].

Ширше розглядає фактори внутрішнього середовища А.М. Виноградська [1, с. 173], включаючи додатково маркетинг, корпоративну культуру, організацію обліку, психологічний клімат у колективі, кар'єру, інноваційні досягнення, комп'ютеризацію та інформаційне забезпечення (рис 1.2).



Рис. 1.2. Фактори мікросередовища підприємства [1]

Системний підхід стосовно дослідження середовища передбачає розгляд підприємства не як закритої, а як відкритої системи, яка орієнтована на ринок, розвивається з урахуванням змін тих чи інших факторів середовища. Необхідно оцінювати сильні та слабкі сторони діяльності, намагаючись відстежувати фактори, що діють поза підприємством та пристосовуватись до них.

Відкрита система характеризується взаємодією із підприємницьким середовищем. Така система не є самозабезпеченою: вона залежить від енергії, інформації і матеріалів, які надходять ззовні. Для того, щоб продовжувати своє функціонування, вона повинна мати властивість пристосовуватися до змін зовнішнього середовища. Як зазначає А. В. Шегда, головні передумови успіху лежать не всередині, а поза підприємством. Успіх залежить від того, наскільки вдало підприємство пристосовується до зовнішнього середовища. Ситуаційний підхід є відповіддю на вплив зовнішнього середовища [9, с. 67].

Висновки. Дослідження підприємницького середовища є процесом, за допомогою якого встановлюються і оцінюються зовнішні стосовно підприємства чинники, щоб визначити можливості й загрози для його

діяльності. В умовах постійної зміни факторів зовнішнього середовища, в якому функціонує підприємство, виникає потреба у формуванні науково – обґрунтованих рекомендацій, які забезпечували б виживання підприємства, його здатність до саморозвитку і самовдосконалення, ефективного використання інвестицій, практичної реалізації науково-технічних ідей.

Список використаних літературних джерел

1. Виноградська А.М. Основи підприємництва: Навч. посіб / А.М. Виноградська. – Київ: Кондор, 2005. – 544 с.
2. Економіка і планування бізнесу. Наукове видання / Наукові керівники: д.е.н., проф. Кучеренко В.Р., д.е.н., проф. Бутенко А.І. – Одеса, 2004. – 458 с.
3. Збарський В.К. Малі форми господарювання в Україні: теорія, методологія, практика: [монографія] / В.К. Збарський. – К.: НАУ – ДАККК і М, 2005. – 432 с.
4. Кредісов В. А. Підприємництво в Україні: суть, типи та умови формування / В. А. Кредісов, - К.: Знання України, 2003. ст. – 19.
5. Мацибора В.І., Збарський В.К., Мацибора Т.В. Економіка підприємства: Навч. посібник / В.І. Мацибора, В.К. Збарський, Т.В. Мацибора. – К.: Каравела, 2008 – 312 с.
6. Ткаченко Т.П. Підприємництво як визначальний чинник формування середнього класу / Т.П. Ткаченко // Держава та регіони Серія: Економіка та підприємство. – 2007. – №5. – С.108-113
7. Тлумачний словник української мови: за редакцією доктора філологічних наук, професора В.С. Калачника – видання друге, виправлене й доповнене. – Харків “Прапор”, 2005.
8. Сизоненко В.О. Сучасне підприємництво. Довідник. – Київ, “Знання – Прес”, 2007 р. – С. 20 – 21.
9. Шегда А.В. Менеджмент: Навчальний посібник / А.В. Шегда. – Київ: “Знання”, 2002. – 584 с