

АНАЛІЗ СТАНУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Т.В.Греджева, асистент

Таврійський державний агротехнологічний університет

Представлено результати аналізу факторів зовнішнього середовища. Визначено фактори, які є більш значущими або загрожують розвитку малого підприємництва.

Ключові слова: *мале підприємство, фактори зовнішнього середовища, внутрішні фактори.*

Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища в умовах змін, які характерні для економіки ринкового типу, дозволяє охарактеризувати середовище, у якому здійснюється господарська діяльність та реалізація продукції малих підприємств. При цьому динаміка змін зовнішнього середовища характеризується масштабами і частотою змін та залежить від різноманітних факторів, що мають вплив на діяльність підприємств.

Мета статті – виявлення факторів зовнішнього середовища, які позитивно та негативно впливають на розвиток малого підприємництва. Визначити силу впливу цих факторів та можливості підприємств під їх впливом.

На думку багатьох вчених-економістів (Варналій З.С., Воротіна Л.І., Реверчук С.К., Титаренко О.В., Кредісова В.А., Мазур О.Є., Гончарова Н.В., Купченко І.М. та ін), саме мале підприємство сприяє становленню економічного розвитку. Але для того, щоб обрати стратегію розвитку, необхідно визначити нові можливості підприємства та загрози для розвитку бізнесу.

Можливості та загрози для підприємств різних галузей діяльності мають свої особливості, однак, на нашу думку, можна виявити загальні тенденції, аналіз яких дозволить проаналізувати їх вплив на стан та перспективи розвитку малих підприємств.

Аналіз факторів внутрішнього середовища дозволяє виявити сильні та слабкі сторони у діяльності малих підпри-

емств, сформувати дієві механізми підвищення ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Для здійснення аналізу було проведено обстеження малих підприємств невиробничої сфери діяльності, які з перших років розбудови самостійної української держави відіграють важливу роль у підвищенні продуктивної зайнятості населення, забезпеченні економічної стабільності. Цей сектор економіки України стабільно розвивається. Так, за період 1995-2007 роки загальна чисельність малих підприємств зростає з 47084 од. до 324011 од., або у 4,4 рази, чисельність підприємств сфери обслуговування зростає до 227955 од., або у 3,3 рази. При цьому кількість промислових малих підприємств зростає до 44580 од. (у 4,2 рази) будівництва – до 35892 од., або у 2,5 рази. Кількість підприємств торгівлі та громадського харчування за цей період збільшилася у 53,9 рази (до 103610 од.), а частка їх у загальній чисельності малих підприємств зростає до 32,0% [4].

З метою аналізу та вивчення тенденцій розвитку малого підприємництва в окремих регіонах було використано вибірковий метод проведення дослідження. Суть цього методу полягає в тому, що із генеральної сукупності малих підприємств, що здійснюють діяльність в регіоні, береться її частина, яка за своїми характеристиками відповідає генеральній сукупності [1].

Для аналізу нами було відібрано сукупність малих підприємств торгівлі у кількості 27 одиниць. Основними критеріями відбору було обрано можливість проведення аналізу вибірки в обсязі від 4-5 до 30 одиниць [1], наявність в ній підприємств з різними економічними характеристиками (обсяги товарообігу, товарні запаси, рентабельність господарської діяльності та інші), єдині підходи до аналізу показників, що вивчаються, порівнянність їх у часі і просторі.

Оцінка впливу факторів макро- та мікросередовища на ефективність господарсько-фінансової діяльності малих тор-

говельних підприємств була проведена з використанням експертного методу досліджень. Експертами виступали 34 фахівці управлінь споживчого ринку, сфери побутових послуг та підприємництва обласних державних адміністрацій, підприємці, керівники комерційних структур, що відповідає статистичним вимогам до здійснення експертного методу досліджень [2, 3].

Для проведення вибіркового обстеження було розроблено та запропоновано експертам спеціальну анкету.

За результатами анкетування експертів було розраховано середні за окремими факторами та групами факторів показники. Оцінка сили впливу (S_i) кожного фактора, який виявляється у сприянні (+) чи загрозах (-) для розвитку малих підприємств в перспективі, здійснювалася за формулою:

$$\pm S_i = \sum_{j=1}^n ((\pm F_{ij}) \times q_{ij}), \quad (1)$$

де $(+ F_{ij})$, $(- F_{ij})$ – позитивна і негативна оцінка ступеня впливу j -го фактора i -ї групи на розвиток малого підприємництва;

q_{ij} - важливість (вага) показника j -го фактора i -ї групи.

Результати статистичної обробки та аналізу анкет наведено у табл. 1.

Найважливіше значення, за результатами групування матеріалів анкетного опитування, стосовно перспектив подальшого розвитку малого підприємництва в галузі торгівлі мають політико-правові, економічні та ринкові групи факторів (4,4; 3,9 та 3,7 балів відповідно), що пояснюється насамперед практикою господарсько-фінансової діяльності малих підприємств в умовах переходу економіки України до ринку. Адже саме проблеми з недосконалістю діючого законодавства, неефективністю ринкових механізмів та падіння основних економічних показників розвитку економіки України найбільше впливають на розвиток малого та середнього бізнесу.

Узагальнені дані представлено в таблиці 2.

Таблиця 1

Розрахунок сили впливу факторів зовнішнього середовища на стан та перспективи розвитку малих підприємств (за матеріалами обстеження)

Фактори зовнішнього середовища	Ступінь дії F		Важливість показника, g	Сила впливу, S	
	«+»	«-»		можливості	загрози
1	2	3	4	5	6
Ринкові фактори					
Рівень конкуренції в торгівлі	4	4	0,2	0,8	0,8
Система ціноутворення та рівень цін на товари	2	4	0,2	0,4	0,8
Співвідношення між доходами і витратами населення	4	4	0,1	0,4	0,4
Динаміка змін ринкової ситуації на регіональних ринках	3	5	0,2	0,6	1,0
Рівень економічної сталості малих підприємств в стратегічних зонах господарювання	5	5	0,3	1,5	1,5
Разом	-	-	1,0	3,7	4,5
Політико-правові фактори					
Законодавче регулювання підприємницької діяльності	5	5	0,4	2,0	2,0
Відповідність податкового законодавства потребам малого бізнесу	4	5	0,2	0,8	1,0
Антимонопольна політика держави	1	2	0,1	0,1	0,2
Дієвість державного контролю за дотриманням законодавства	5	4	0,3	1,5	1,2
Разом	-	-	1,0	4,4	4,4
Економічні фактори					
Динаміка росту ВВП та національного доходу	4	4	0,2	0,8	0,8
Рівень заробітної плати населення	4	5	0,3	1,2	1,5
Темпи інфляції	3	3	0,1	0,3	0,3
Масштаби економічної допомоги малому підприємництву	4	5	0,2	0,8	1,0
Платоспроможний попит та витрати населення	4	4	0,2	0,8	0,8
Разом	-	-	1,0	3,9	4,6
Географічні фактори					
Кліматичні умови здійснення господарської діяльності	2	2	0,2	0,4	0,4
Географія розміщення виробництва товарів, його спеціалізація	3	3	0,2	0,6	0,6
Транспортні умови	4	5	0,2	0,8	1,0

Продовження таблиці 1

Розміщення підприємств оптової та роздрібною торгівлі	4	5	0,2	0,8	1,0
Наявність міжнародних ринків збуту	3	1	0,1	0,3	0,1
Імпорт товарів	4	4	0,1	0,4	0,4
Разом	-	-	1,0	3,3	3,5
Науково-технічні фактори					
Рівень впровадження досягнень науково-технічного прогресу	4	5	0,2	0,8	1,0
Витрати часу на впровадження нових технологій	3	4	0,2	0,6	0,8
Науково-технічний рівень виробництва	2	2	0,2	0,4	0,4
Ефективність впровадження нових технологій та обладнання	4	5	0,2	0,8	1,0
Впровадження інформаційних технологій	3	3	0,2	0,6	0,6
Разом	-	-	1,0	3,2	3,8
Соціально-культурні фактори					
Національні традиції і культурні цінності	3	3	0,2	0,6	0,6
Культурний та освітній рівень населення	2	2	0,1	0,2	0,2
Професійний рівень керівників та фахівців	4	5	0,3	1,2	1,5
Національні особливості ведення підприємництва	2	4	0,2	0,4	0,8
Динаміка демографічних змін	3	3	0,2	0,6	0,6
Разом	-	-	1,0	3,0	3,9

Таблиця 2

Узагальнені дані анкетного опитування керівників малих підприємств, фахівців у галузі торгівлі, фахівців управлінь держадміністрацій стосовно можливостей та загроз розвитку малого підприємництва

Основні групи факторів, що аналізувалися	Результати анкетування	
	+ (можливості)	- (загрози)
Ринкові	3,7	4,5
Політико-правові	4,4	4,4
Економічні	3,9	4,6
Географічні	3,3	3,5
Науково-технічні	3,2	3,8
Соціально-культурні	3,0	3,9

Суттєву роль відіграють також географічне розміщення виробничих та торговельних підприємств, їх спеціалізація, транспортна доступність як до виробників товарів, так і до підприємств сфери торгівлі та послуг. Важливими, на думку експертів, є і науково-технічні фактори, широке використання яких в практиці роботи дає можливість проводити інноваційну політику, впроваджувати нові технології, сучасне торгово-технологічне обладнання.

Серед загроз розвитку малого підприємництва в галузі торгівлі експерти виділили як головні економічні, ринкові та політико-правові фактори (відповідно 4,6; 4,5 та 4,4 бали), що підтверджує тези, висловлені вище.

У результаті аналізу матеріалів анкетного опитування можна дійти висновку про взаємозалежність та взаємопов'язаність практично усіх груп факторів зовнішнього середовища. Зміни одних факторів призводять до відповідних змін інших, причому сила впливу кожного із них залежить від важливості показника, різноманітності зв'язків, невизначеності та достовірності інформації.

Аналіз внутрішніх факторів, що впливають на розвиток малого бізнесу у невиробничій сфері, повинен здійснюватися з урахуванням тенденцій, що склалися у зовнішньому оточенні. Система здійснення господарсько-фінансової діяльності малих підприємств при цьому розглядається у плані реалізації можливостей, які надає зовнішнє середовище, та мінімізації загроз для існування та перспектив розвитку підприємств.

Як було відмічено вище, аналіз факторів внутрішнього середовища повинен здійснюватися на основі оцінки ефективності використання наявних ресурсів підприємств. Це передбачає вивчення основних результативних показників господарської діяльності підприємства, які характеризують матеріальні, трудові та фінансові його ресурси.

ЛІТЕРАТУРА

1. Яснопольский С. Л. Первичная обработка статистических данных / С. Л. Яснопольский — М, 1971. — С. 11.
2. Міщенко В. Я. Стратегічний аналіз торговельної діяльності виробничих підприємств / В. Я. Міщенко, О. І. Чайкова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. — Харків : ХДУХТ, 2005. — С. 314—320.
3. Визначення рейтингової оцінки регіонів за станом розвитку малого підприємництва. № 9416 від 27.12.2006 р. — 9 с. — (Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва).
4. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.