

УДК 339.137.221.25.003.12:334.722

АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

І. М. ТрунінаСхідноукраїнський національний університет ім. В. Даля
просп. Радянський, 59-а, м. Северодонецьк, 93400, Україна. E-mail: secr@kdu.edu.ua

В умовах кризової ситуації економіки України забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності відбувається на основі визначення джерел конкурентних переваг, оснований на унікальному поєднанні знань, спроможностей і ресурсів та інших чинників внутрішнього середовища суб'єкта підприємництва. Проте успішне здійснення підприємницької діяльності та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва неможливе без урахування параметрів бізнес-середовища суб'єкта підприємницької діяльності, яке, з одного боку, створює відповідні можливості формування конкурентних переваг, а з іншого – містить загрози, протидія яким впливає на поведінку суб'єкта підприємництва у бізнес-середовищі. Аналіз середовища підприємницької діяльності в Україні дозволить виявити умови, у яких відбувається діяльність суб'єктів підприємництва, а також загрози й можливості, що продукуються з боку цього середовища.

Ключові слова: підприємницька діяльність, конкурентне середовище, суб'єкт підприємництва, ділова активність, нестабільна економіка.

АНАЛИЗ СРЕДЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

И. М. ТрунинаВосточноукраинский национальный университет им. В. Даля
просп. Советский, 59-а, г. Северодонецк, 93400, Украина. E-mail: secr@kdu.edu.ua

В условиях кризисной ситуации экономики Украины обеспечение конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности происходит на основе определения источников конкурентных преимуществ, основанных на уникальном сочетании знаний, возможностей, ресурсов и других факторов внутренней среды субъекта предпринимательства. Однако успешное осуществление предпринимательской деятельности и обеспечения конкурентоспособности субъектов предпринимательства невозможно без учета параметров бизнес-среды субъекта предпринимательской деятельности, которое, с одной стороны, создает соответствующие возможности формирования конкурентных преимуществ, а с другой – содержит угрозы, противодействие которым влияет на поведение субъекта предпринимательства в бизнес-среде. Анализ среды предпринимательской деятельности в Украине позволит выявить условия, в которых происходит деятельность субъектов предпринимательства, а также угрозы и возможности, которые продуцируются со стороны этой среды.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, конкурентная среда, субъект предпринимательства, деловая активность, нестабильная экономика.

АКТУАЛЬНІСТЬ РОБОТИ. В умовах постіндустріальної модернізації світової економіки, переходу сучасної цивілізації на шлях стійкого розвитку, підприємництво стає невід'ємною ланкою в структурі суспільного відтворювального процесу, без якого неможливо забезпечити успішний соціально-економічний розвиток і зростання ефективності виробництва. Здатність швидко адаптуватися до змін кон'юнктури ринку, апробувати проривні ідеї, простота й гнучкість структури управління роблять підприємницьку діяльність привабливою для економічно активного населення. Відсутність механізму системного регулювання розвитку підприємництва вимагає узагальнення теоретичного й емпіричного досвіду з метою формування концепції стійкого розвитку української економіки на засадах формування ефективного підприємницького сектору.

Кожне підприємство функціонує у певному середовищі, яке забезпечує ефективність його діяльності, визначає умови існування. Дослідженню складових елементів середовища підприємницької діяльності присвячені численні публікації зарубіжних і вітчизняних авторів. Зокрема, Дж. Блайт чинники зовнішнього середовища поділяє на дві категорії: близькі до організації (так зване макросередовище) та чинники загальні для суспільства в цілому (макросередовище). Чинники мікросередовища, у свою чергу, включають базу клієнтів, розташування

складів, існування місцевих груп впливу, а макросередовища – законодавство, міжнародну конкуренцію, коливання обмінного курсу і, навіть, зміну кліматичних умов. Американський фахівець з маркетингу Ф. Котлер виділив такі типи конкурентів: лідери, претенденти на лідерство, «ведені», новачки.

Мета роботи – аналіз загальної характеристики середовища підприємницької діяльності в Україні та його структурних елементів. Оцінка механізму впливу середовища підприємницької діяльності на функціонування суб'єктів підприємництва.

МАТЕРІАЛ І РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕНЬ. На найпростішому рівні середовище підприємства можна поділити на внутрішнє та зовнішнє середовище (мікросередовище, тобто конкурентне середовище, до якого належить підприємство, його прями конкуренти та клієнти, та макросередовище як оточуюче середовище у більш широкому розумінні). Внутрішнє середовище – це елементи та чинники, які визначають внутрішній стан, сильні та слабкі сторони й ефективність діяльності підприємства.

Основні підходи до дослідження внутрішнього середовища підприємства як складного взаємозв'язку та взаємозалежності його елементів були розроблені представниками різних наукових шкіл. В узагальненому вигляді можна виділити два основні підходи до інтерпретації внутрішнього середовища підприємства, а саме: як сукупність умінь, навичок,

здібностей і компетенцій або як сукупність правил, норм, схем та інших внутрішньофірмових інститутів, які проектуються на організаційну поведінку, та взаємовідносини із зовнішнім середовищем.

До чинників *внутрішнього середовища* підприємства більшість науковців відносять його виробничий і фінансовий потенціал; маркетинг, управління підприємством та організаційну структуру, НДДКР. Існує й інший підхід, згідно з яким виділяють ключові сфери внутрішнього середовища підприємства, за допомогою яких можна визначити сильні та слабкі сторони підприємства, а саме: персонал, організація управління, виробництво, маркетинг, фінанси та облік.

Зміни у *зовнішньому середовищі* підприємства впливають на розуміння конкурентної ситуації учасниками ринку та конкуруючими структурами, тому аналіз внутрішнього середовища підприємства має здійснюватися з урахуванням тенденцій, що склалися у зовнішньому середовищі. У процесі цього дослідження перевіряється вся система господарювання підприємства та окремих його підсистем щодо реалізації можливостей, які зовнішнє середовище надає підприємству, а також вживаються заходи щодо запобігання й послаблення загрози його існуванню, тобто виявляються сильні та слабкі сторони з оцінюванням ймовірності реалізації перших і подолання останніх. Слабкі сторони підприємства означають невідповідність його внутрішнього середовища конкурентному середовищу, тобто слабкість підприємства визначається у процесі порівняння з конкурентами [1].

Розглянемо вплив окремих умов підприємницького середовища на функціонування бізнесу в Україні:

нормативно-правова база (макрорівень): визначає і встановлює «правила гри» для функціонування бізнесу взагалі. Ця умова включає закони та підзаконні акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні.

Основними серед них є Господарський, Податковий і Цивільний кодекси України, Закони «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про державну реєстрацію юридичних і фізичних осіб-підприємців», «Про ліцензування деяких видів господарської діяльності», «Про патентування окремих видів підприємницької діяльності» та ін. Але основна проблема криється не у відсутності нормативно-правової бази, а в її недосконалості й суперечливості норм, узгодження яких триває від початку незалежності й до сьогодні. До того ж в умовах нерегульованої нормативно-правової бази невизначені допустимі строки процедури закриття малого бізнесу, зокрема, такої організаційно-правової форми як фізична особа-підприємець, часта зміна положень підзаконних актів на рівні перевіряючих структур (наприклад, зміна вимог до оформлення ярликів і цінників на товар (Держспоживстандарт); можливість проведення перевірок без попереджень, а раніше лише за умови письмового повідомлення не менше ніж за 10 днів, а потім знову без попередження тощо). Це вимагає постійного відслідковування цих змін і коригування діяльності, що зазвичай є неможливим для малого бізнесу, оскільки там застосовується принцип поєднання професій або навіть вико-

нання функцій працівника, бухгалтера й управлінця однією особою;

політична ситуація (макрорівень): в умовах постійної політичної конкуренції підприємницьке середовище в Україні характеризується нестійкістю (постійні зміни правил ведення підприємницької діяльності, корупція в контролюючих і перевіряючих органах влади, відсутність особистої відповідальності чиновників установ, які так чи інакше регулюють діяльність бізнесових структур), що викликає нестабільність малого бізнесу. Адаже більшість підприємців дістають висновку, що краще закрити свій бізнес, аніж продовжувати діяльність;

соціальні настрої в суспільстві (макрорівень): бідність українського суспільства породжує соціальну напруженість, що посилюється невиконаними обіцянками політичних лідерів, проведення реформ (адже будь-які зміни викликають супротив) провокують негативні настрої в суспільстві, що спричинюють агресивну поведінку, відсутність соціальної відповідальності не лише бізнесу, а й окремого індивіда, зростання рівня злочинності та ін.;

науково-технічний рівень (макрорівень): попри всім відому функцію малого бізнесу (мобільність і здатність до впровадження найновіших досягнень науки й техніки), український малий бізнес здебільшого характеризується зношеністю основних фондів, застарілими методами управління підприємствами та відсутністю професійного менеджменту. Це пояснюється, в більшості випадків, недостатньою кількістю коштів, відсутністю інвестицій, кабальними умовами кредитування малого бізнесу;

стан розвитку ринкової інфраструктури виступає своєрідним індикатором стану малого бізнесу [2], завдяки якій бізнес-середовище і сам бізнес може повноцінно діяти в ринкових умовах. Інфраструктура, за логікою розвинених країн повинна була б сприяти створенню та функціонуванню підприємницького середовища й малого бізнесу в умовах трансформаційної економіки, формувати організаційно-економічне середовище для стимулювання підприємницької діяльності та швидкої адаптації суб'єктів малого бізнесу до ринкових умов. У той же час в Україні вона розвинена досить слабо, її суб'єкти не виступають носіями реальної ринкової влади, не виконують покладених на них функцій;

власне суб'єкти підприємницької діяльності (мікрорівень) визначають і створюють умови функціонування всередині підприємства, визначають стратегію його розвитку, кадрову й фінансову політику [3].

Таким чином, зовнішнє середовище (макросередовище), або середовище непрямого впливу, діє не безпосередньо на кожну окрему організацію, а на всі одразу. Проте це не означає, що вплив чинників цього середовища менший за вплив чинників безпосереднього оточення.

Процеси, які відбуваються в макросередовищі, дуже складні, взаємопов'язані та суперечливі, тому потребують уважного та систематичного вивчення. Макросередовище підприємства характеризується такими особливостями:

складністю (наявність великої кількості чинників, які перебувають у різних комбінаціях);

взаємозв'язком і взаємообумовленістю чинників (зміна одних із них (наприклад, політичних або економічних) призводить до значних змін в інших (наприклад, у соціально-демографічних чи правових);

невизначеністю (стратегічні рішення приймають в умовах неповноти інформації про зовнішнє середовище);

багатоваріантністю розвитку середовища (дуже важко спрогнозувати дію його чинників у стратегічному періоді); динамізмом і мінливістю (зміни в зовнішньому середовищі відбуваються достатньо динамічно, з наростаючою швидкістю) [1].

Мікросередовище – це середовище безпосереднього впливу на підприємство, тобто це учасники ринку, які безпосередньо контактують з підприємством. Фактори мікросередовища: конкуренти й конкурентне середовище в цілому; покупці; постачальники; партнери; місцеві органи профспілок, партій, громадських організацій; місцеві органи влади тощо.

Внутрішнє середовище – це елементи та фактори, що визначають внутрішній стан, сильні й слабкі сторони і, значною мірою, ефективність діяльності підприємства. Фактори внутрішнього середовища підприємства: його виробничий потенціал; кадрово-управлінський потенціал; конкурентоспроможність продукції та конкурентний потенціал; організація маркетингу й збуту; фінансовий стан; ефективність виробництва; стратегія, місія й цілі; організаційна структура і культура; організація виробництва і праці; мотиваційні механізми; екологічність виробництва; соціальна ефективність; імідж підприємства тощо.

Невід'ємною складовою середовища підприємницької діяльності є ділова активність суб'єктів підприємництва. Поняття «ділова активність суб'єктів підприємницької діяльності» сьогодні зустрічається достатньо часто в наукових джерелах, але частково і внаслідок цього воно не має однозначного тлумачення. За результатами узагальнення наявних визначень поняття «ділова активність» – властивість (людини, економіки, галузей), показник загальної, маркетингової або фінансової діяльності підприємства, – у роботі сформоване *власне визначення цього поняття: ділова активність суб'єктів підприємницької діяльності розуміється як процес використання потенціалу суб'єкта підприємництва для досягнення поставлених цілей, яка знаходить вияв як форми прояву конкурентної боротьби суб'єктів у середовищі підприємницької діяльності.*

У свою чергу, потенціал суб'єкта підприємницької діяльності розглядається як сукупність його можливостей, реалізація яких, підкріплена наявними або швидко отримуваними ресурсами, сприяє досягненню цілей діяльності суб'єкта підприємництва [2].

Із цього випливає, що під діловою активністю розуміють перелік якісних і кількісних критеріїв оцінювання діяльності суб'єкта підприємницької діяльності в різних її аспектах, а саме: місце на ринку, ділові зв'язки, репутація, активність інвестиційної діяльності, конкурентоспроможність; економічний потенціал, обсяги поставок на експорт, імідж підприємства та ін. У сукупності цих параметрів ми можемо оцінити спектр зусиль, спрямованих на просування на ринок продукції та послуг.

З урахуванням уведення до сукупності характеристик діяльності суб'єкта підприємницької діяльності характеристики «ділова активність» встановлено взаємозв'язок характеристик (табл. 1) [2].

Таблиця 1 – Взаємозв'язок характеристик діяльності суб'єкта підприємницької діяльності

Характеристики		Складові характеристики
Екстенсивні	Надійність	Виробнича надійність
		Соціальна надійність
	Цілісність	Збалансованість показників
		Захист інформації
	Адаптивність	Внутрішні резерви
		Зовнішні резерви
Конкурентоспроможність	Ефективність маркетингової діяльності	
	Конкурентоспроможність товару	
Інтенсивні	Ділова активність	Виробнича
		Фінансова
		Ринкова

Усі ці характеристики тісно пов'язані між собою, а оптимальне застосування інтенсивних характеристик тягне за собою зміни в екстенсивних. Так, ринкова, фінансова або виробнича ділова активність підприємства призводить до проведення ефективної маркетингової діяльності, що забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності товару і підприємства в цілому.

Для посилення достовірності оцінювання ділової активності підприємства доцільно виділити кілька зон ділової активності – виробничу, фінансову, інноваційну, інвестиційну й ринкову. Для кожної зони ділової активності підприємства необхідно визначити показники, з використанням яких можна описати стан і динаміку використання та отримання ресурсів, а також ефективність їх використання.

Виділення кількох зон ділової активності суб'єкта підприємницької діяльності та оцінювання зональної ділової активності навіть із використанням одного показника в оцінюванні ділової активності суб'єкта підприємництва в цілому спричиняє появу множинності показників оцінювання. У такому разі виникає потреба в інтегральному показнику ділової активності суб'єкта підприємництва, при конструюванні якого необхідно визначити зв'язки показників зональної ділової активності, ступінь їх взаємовпливу. За значенням інтегрального показника ділової активності суб'єкта підприємницької діяльності та його складників можна встановити проблемні зони з подальшою деталізацією причин дисбалансу у діяльності суб'єкта підприємництва [2].

Ділова активність відображає рівень ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів і, в той самий час, характеризує

якість управління, а також можливості потенційного розвитку підприємства. Оскільки результати аналізу ділової активності є підґрунтям і вагомою складовою у розробці заходів щодо забезпечення результативності суб'єкта господарювання, доцільно при оцінюванні його стану виділити рівні ділової активності та притаманні їм виробничо-господарські ситуації, які зумовлюють певні результати фінансово-господарської діяльності підприємства.

В умовах нестабільної економіки рівень ділової активності можна кваліфікувати як

- високий (достатній);
- середній (задовільний);
- низький (незадовільний).

Слід зазначити, що кожному рівню ділової активності відповідає характерна виробничо-господарська ситуація, у зв'язку з чим виділяють нормальну, проблемну і кризову ситуації.

Нормальна ситуація властива високому рівню ділової активності та означає такий збіг умов і обставин, коли створюються сприятливі умови для функціонування суб'єкта господарювання, за яких формується стійка тенденція підвищення темпів зростання оцінних показників.

Проблемна ситуація існує на підприємстві, рівень ділової активності якого відповідає середньому і визначається як збіг господарських умов і чинників, за яких формується тенденція до погіршення стану підприємства та спостерігається нестійка динаміка оцінних показників ділової активності.

Кризова ситуація характеризує низький рівень ділової активності та виникає в разі відсутності оперативного реагування на стратегічні питання, які потребують термінового вирішення. Її можна визначити як збіг обставин, що формують стійку негативну тенденцію оцінних показників ділової активності та загрожують підприємству банкрутством. Визначення проблемної, а, тим більш, кризової, ситуації при оцінюванні стану ділової активності зумовлює необхідність термінового регулювання виробничо-господарської діяльності шляхом прийняття оперативних управлінських рішень [4].

Аналіз ділової активності суб'єкта підприємницької діяльності можна подати у вигляді системи чотирьох самостійних складових (блоків) аналітичних досліджень:

- аналізу ефективності використання оборотних коштів підприємств;
- аналізу використання власного й залученого капіталу;
- аналізу ефективності кредитних відносин підприємства з комерційними банками;
- аналізу дебіторської та кредиторської заборгованостей.

Таким чином, проведення аналітичних досліджень ділової активності підприємств дає змогу оцінити, наскільки ефективно сформована структура їх капіталу, як складаються їх взаємини з постачальниками та замовниками, а також із комерційними банками, й у подальшому скоординувати дії підприємства на раціональному використанні перелічених вище ресурсів [5].

В оцінюванні ділової активності підприємства слід також урахувати вплив чинників та її стан, серед яких найважливішими слід уважати стадію життєвого циклу підприємства (зародження, зростання, спад та ін.), економічного циклу в економіці держави (криза, рецесія, підйом та ін.), а також політичні, технологічні й ринкові чинники [2].

Автором даної роботи вже зазначено, що зовнішнє середовище включає такі складові: інституційне середовище (політичні, соціальні та правові норми, які диктують формальні та неформальні правила діяльності й взаємодії економічних суб'єктів), інфраструктура, ефективність діяльності конкурентів, інтенсивність конкуренції, рівень розвитку ринків (товарного, фінансового, праці), обсяг ринку (попит) тощо. Сукупність чинників, що визначають умови започаткування, ведення та припинення бізнесу в певній країні, прийнято називати "бізнес-кліматом". Таким чином, бізнес-клімат є складовою середовища підприємницької діяльності.

Бізнес-клімат – це сукупність параметрів середовища підприємницької діяльності, які визначають сприятливість умов для створення та реалізації конкурентних переваг суб'єктів підприємницької діяльності та в цілому визначають комфортність ведення бізнесу в країні. Оскільки бізнес-клімат впливає на можливість реалізації конкурентних переваг суб'єктів підприємницької діяльності, він суттєво впливає на конкурентоспроможність підприємств. Якщо бізнес-клімат є несприятливим, підприємці та інвестори будуть шукати зручніші, вигідніші умови започаткування бізнесу та вкладання коштів [6].

Згідно з класифікацією Світового банку бізнес-клімат характеризується наступними показниками:

населеність і урбанізація території (щільність населення, питома вага міського населення);

загальний стан економіки (валовий внутрішній продукт на душу населення (за паритетом купівельної спроможності), індекс макроекономічної стабільності країни, індекс глобальної конкурентоспроможності);

купівельна спроможність і попит на ІКТ (обсяг національних витрат на ІКТ у % до ВВП, питома вага продуктів харчування в структурі споживчих видатків домогосподарств, коефіцієнт Джині);

доступність фінансових ресурсів (обсяг виданих кредитів у % до ВВП, кредитний рейтинг країни, обсяг інвестицій в основний капітал у % до ВВП, обсяг прямих іноземних інвестицій у % до ВВП);

податки і торгові тарифи (обсяг податкових доходів центрального бюджету у % до ВВП, середня ставка імпортного тарифу);

адміністративний вплив держави (час, необхідний для створення нового підприємства, індекс обтяжливості адміністративних вимог);

правова система та захист прав власності (індекс ефективності правових механізмів, індекс захищеності прав власності, індекс захищеності інтелектуальної власності).

Отже, наведені показники прямо впливають на рівень конкурентоспроможності як країни, так і суб'єктів підприємницької діяльності.

Багатозначність поняття конкурентоспроможності характеризується теоретичною складністю і необхідністю аналізу з різних позицій для застосування отриманих результатів під час формування стратегії й тактики діяльності підприємства.

Конкурентоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності є поняттям відносним, оскільки її можна виявити серед групи підприємств відповідної галузі. Згідно з цим для конкурентоспроможності підприємства притаманні певні властивості, а саме: порівнянність і динамічність. Порівнянність означає те, що показник виявляється в умовах порівняння об'єктів. Динамічність показує нам те, що показник не можна розглядати як довгострокову характеристику незалежно від ефективності діяльності підприємства. Конкурентоспроможність проявляється лише в умовах конкуренції та через конкуренцію.

У ринковій економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, чинники якого справляють на нього визначальний вплив. Аналіз і особливо прогнозування конкурентного середовища достатньо трудомістка складова розробки стратегії [7].

Конкурентне середовище – це сукупність зовнішніх щодо конкретного суб'єкта чинників, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі. Тому створення й розвиток конкурентного середовища є невід'ємною складовою ринкової економіки. У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабною змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя.

Конкурентне середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загально ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише й не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких призводить до суперництва, а передусім відносинами між ними.

Кожному виду діяльності притаманні власні закони конкурентного середовища. Саме тому підприємство має адекватно оцінити конкурентів, вид діяльності, у якому воно діє, для розробки найбільш ефективної конкурентної стратегії, що забезпечувала б його конкурентоспроможність.

В умовах конкурентного економічного середовища максимальні можливості підприємства визначаються не максимальними можливостями випуску продукції, а спроможністю підприємства передбачити потенційні зміни у зовнішньому середовищі та готовністю гнучко реагувати на них.

Класифікація конкурентного середовища є досить складною та диференційованою. Найбільш поширеними класифікаційними ознаками є об'єкт купівлі, територіальна ознака, моделі конкуренції на ринку.

Залежно від об'єкта купівлі розрізняють такі види конкурентного середовища: конкурентне середовище товарів; конкурентне середовище інформації; конкурентне середовище науково-технічних розробок; конкурентне середовище капіталів; конкурентне середовище трудових ресурсів.

Досить поширеним є визначення видів конкурентного середовища за територіальною ознакою, зокрема, виділяють:

- світове;
- міжнародне;
- національне;
- міжрегіональне;
- регіональне;
- міжрайонне;
- районне;
- місцеве (локальне);
- конкурентне середовище підприємства.

Для вітчизняних суб'єктів підприємницької діяльності важливо мінімізувати негативні впливи чинників зовнішнього середовища, що несуть загрозу персоналу, фінансовим, матеріальним засобам, інформаційним ресурсам, іншим системам підприємства. Унаслідок реалізації зовнішніх загроз, які виникають у політичній, економічній, правовій, екологічній, конкурентній та інших сферах, можуть піддаватися або не піддаватися прогнозуванню, бути явними або неявними, викликані об'єктивними або суб'єктивними чинниками, призводити до збитків або катастрофічних наслідків, багато підприємств опинились у тривалій і глибокій економічній кризі. Залежно від характеру побудови системи захисту діяльності підприємства можна виділити два типи антикризового управління: так званий «активний», що полягає в постійному моніторингу зовнішнього й внутрішнього середовища підприємницької діяльності, збиранні й аналізі первинної інформації, пошуку й урахуванні потенційних загроз і небезпек, прогнозуванні ймовірності розвитку кризи, завчасного розроблення плану антикризових заходів, призначенні відповідальних виконавців, резервуванні необхідних коштів, та «пасивний» – реагування на наявні кризові явища, адаптація внутрішнього середовища підприємства до нових умов діяльності, відновлення передкризового стану підприємства. Активний тип антикризового управління має стати пріоритетним, оскільки він спрямований на попередження розвитку кризи та на якнайшвидше подолання наслідків її можливого прояву, на відміну від пасивного типу, що передбачає ухвалення рішень лише з огляду на наявні кризові явища.

Варіантами реагування підприємств на реалізацію погроз і небезпек зовнішнього середовища можуть бути: скорочення персоналу, сумісництво посад; ліквідація окремих служб і структурних підрозділів; скорочення виробництва продукції; реалізація резервів зменшення собівартості випуску продукції та підвищення прибутковості; диверсифікація діяльності підприємства; зміна організаційної структури підприємства, удосконалення системи управління; модернізація технології й обладнання, запровадження інновацій. Результатом виходу підприємства із кризового стану мають стати якісні зміни в його діяльності, удосконалення організаційної структури, системи управління, технології виробництва тощо.

Установлення взаємозв'язку основних складових середовища підприємницької діяльності дозволило сформувати структуру середовища підприємницької діяльності (рис. 1), до складу якої належать суб'єкти

підприємницької діяльності, ділова активність яких зумовлює параметри бізнес-клімату в країні та її регіонах і характеристики конкуренції на окремих ринках. Таким чином, конкурентоспроможність

суб'єктів підприємництва забезпечується комплексним впливом чинників середовища підприємницької діяльності.



Рисунок 1 – Структура середовища підприємницької діяльності

Розглянувши загальну характеристику середовища підприємницької діяльності, його структурні елементи, можна зробити такі висновки:

1. Середовище підприємницької діяльності складають суб'єкти ринкових відносин, близькі до підприємства (мікросередовище), і чинники, загальні для суспільства в цілому (макросередовище).

2. Елементами (суб'єктами) середовища підприємницької діяльності або його мікросередовищем є: держава (формує систему законів, норм, правил підприємницької діяльності); акціонери (власники) підприємства (створюють підприємство, розпоряджаються власністю, зважаючи на власні інтереси); гуртова й роздрібна торгівля (пропонує систему, структуру і практику торговельних взаємин, типи посередницьких організацій і каналів розподілу продукції, методи торгівлі); постачальники (пропонують продукцію конкретного асортименту і якості, умови постачань); контактні аудиторії: партії, профспілки, релігійні організації, суспільства споживачів та інші об'єднання (виявляють зацікавленість підприємством, вносять корективи в його діяльність); банківські, страхові, науково-дослідні організації (сприяють успішній діяльності підприємства); система засобів масової інформації (забезпечує підприємство кому-

нікаційними зв'язками); конкуренти (змагаються за переважне лідерство на різних сегментах ринку, за ринок збуту, тобто за споживача). Також було виділено такі складові середовища підприємницької діяльності, як ділова активність, бізнес-клімат і конкурентне середовище. Та доведено вплив цих складових на конкурентне середовище та конкурентоспроможність суб'єктів підприємницької діяльності.

3. На діяльність суб'єктів підприємницької діяльності впливають численні чинники, що є як джерелом нових можливостей, так і серйозною загрозою (економічні, соціокультурні та демографічні, природно-географічні й екологічні, науково-технологічні, політико-правові й міжнародні). В економічній літературі ці чинники формують макросередовища підприємницької діяльності.

4. Перелічені елементи середовища підприємницької діяльності по-різному впливають на діяльність суб'єктів підприємництва, тому залежно від ступеня дії, зовнішнє середовище прийнято розділяти на макрооточення, або середовище непрямого впливу, і мікрооточення, або середовище прямого (безпосереднього) впливу.

ВИСНОВКИ. Механізм впливу середовища підприємницької діяльності на функціонування

суб'єктів підприємництва потребує подальшого наукового осмислення й обґрунтування. Подальші дослідження слід спрямувати на розкриття питань специфічності впливу чинників зовнішнього середовища на стабільність функціонування підприємства з метою здійснення контролю над ступенем впливу чинників зовнішнього середовища й удосконалення існуючої системи реагування підприємств на динамічні зміни в ринковій економіці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ»», 2000. – 256 с.
2. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – С. 104–105.

3. Абрамов В.А. Интеллектуальные ресурсы как конкурентное преимущество фирмы // Государственная служба. – 2005. – № 6 (32). – С. 32–36.

4. Андерсон Т. Введение в многомерный статистический анализ / Пер. с англ. – М.: ГИФМЛ, 1963. – 500 с.

5. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э.Дж. Макдоннелл / Пер. с англ. – СПб.: Питер Ком, 2009. – 416 с.

6. Боннстеттер Б. Навыки, которых не хватает предпринимателям [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://blog.3metrix.ru/serial-entrepreneurs/>

7. Алешин А.В. Анализ международного опыта совершенствования инновационного процесса и механизмы повышения инновационной производительности экономики // Журнал Инновации. – 2004. – № 10. – С.13–18.

THE ANALYSIS OF THE BUSINESS ACTIVITY ENVIRONMENT IN UKRAINE

I. Trunina

East-Ukrainian V. Dal National University

prosp. Sovetskii, 59a, Severodonetsk, 93400, Ukraine. E-mail: secr@kdu.edu.ua

Under crisis conditions of Ukrainian economics the secure of the competitiveness of business activity subjects is done on the base of detection the sources of competitive advantages, which are based on unique combination of knowledge, abilities and resources as well as other features of internal environment of the subject of business activity. However, successful business activity and ensuring competitiveness of the subjects of business activity is impossible without taking into account the parameters of business environment, which, on one hand, creates related abilities for competitive advantages, and on the other hand, contains risks, contracting which influences on the behavior of the subject of business activity in business environment. The analysis of business environment in Ukraine will allow one to detect conditions of business activity of business activity subjects, as well as risks and abilities generated from this environment.

Key words: business activity, competitive environment, subject of business activity, economic activity, unstable economics.

REFERENCES

1. Azoev, G.L., Chelenkov, A.P. (2000), *Konkurentnye preimushchestva firmy* [Competitive advantages of the company], ОАО "Tipografiya "NOVOSTI", Moscow, Russia.

2. Antonyuk, L.L. (2004), *Mizhnarodna konkurentos-promozhnist kraїн: teoriya ta mekhanizm realizatsії* [International competitiveness countries: theory and mechanism of implementation], KNEU, Kyiv, Ukraine.

3. Abramov, V.A. (2005), "Intellectual resources as a competitive advantage of the company", *Gosudarstvennaya sluzhba*, no. 6 (32), pp. 32–36.

4. Anderson, T. (1963), *Vvedenie v mnogomernyy statisticheskiy analiz* [Introduction to multivariate statistical analysis], GIFML, Moscow, Russia.

5. Ansoff, I., Makdonnell, E. Dzh. (2009), *Novaya korporativnaya strategiya* [The new corporate strategy], Piter Kom, Saint Petersburg, Russia.

6. Bonnstetter, B., (2014), "Skills are not enough for entrepreneurs", *Issledovaniya i analitika, Novosti Tti Success Insights, Tendentsii*, available at: <http://blog.3metrix.ru/serial-entrepreneurs/> (accessed May 10, 2015)

7. Aleshin, A.V. (2004), "Analysis of international experience of improving the innovation process and mechanisms to improve the innovation performance of the economy", *Zhurnal Innovatsii*, no. 10, pp. 13–18.

Стаття надійшла 22.06.2015.