

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

КВІЛІНСЬКИЙ ОЛЕКСІЙ СТАНІСЛАВОВИЧ

УДК 334:658:[339.187.44]

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА
В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Донецьк – 2014

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано у ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» Міністерства освіти і науки України на кафедрі економіки підприємства.

Науковий керівник : кандидат економічних наук, доцент
Степанова Тетяна Олександрівна
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» Міністерства освіти і науки України,
доцент кафедри економіки підприємства.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, старший науковий співробітник **Ляшенко Вячеслав Іванович**,
Інститут економіки промисловості НАН України,
завідувач відділу проблем регуляторної політики та розвитку підприємництва, м. Донецьк;

кандидат економічних наук, доцент
Шипуліна Юлія Сергіївна,
Сумський державний університет Міністерства освіти і науки України, доцент кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю.

Захист відбудеться «27» березня 2014 р. о 12⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 11.052.07 у ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» Міністерства освіти і науки України за адресою: 83050, м. Донецьк, вул. Артема, 96.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» Міністерства освіти і науки України за адресою: 83001, м. Донецьк, вул. Артема, 58.

Автореферат розісланий «25» лютого 2014 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Н.В. Оленцевич

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Незадовільний стан промисловості України, пов'язаний із скороченням обсягів виробництва продукції і падінням основних фінансово-економічних показників господарської діяльності, свідчить про недосконалість організації процесів у промисловому виробництві. Однією з найвагоміших причин незадовільного стану промислового сектора є наявність низки крупних підприємств, що мають інертну систему реагування на зміни зовнішнього конкурентного середовища, низьку чутливість до зміни інституціональних умов ведення бізнесу. За цих умов посилюється роль та значущість діяльності малих підприємств, особливістю яких є гнучкість та маневреність у використанні ресурсів, швидка адаптація до зміни умов господарювання. Світовий досвід свідчить про те, що мале підприємництво включається у загальну систему розподілу праці поряд із середніми та великими підприємствами і є складовою сучасної ринкової економіки. Частка продукції, що виробляється підприємствами малого бізнесу, становить у США, країнах Західної Європи, Японії у середньому 40-50% від загального обсягу реалізації, в той час як в Україні на підприємства сфери малого підприємництва припадає лише 10-20% загального обсягу промислового виробництва. Це свідчить про необхідність розвитку малого підприємництва в Україні і актуальність проведення досліджень щодо обґрунтування інструментів активізації діяльності підприємств малого бізнесу.

Вирішенню проблем забезпечення ефективного функціонування промислових підприємств присвячено чимало робіт зарубіжних та вітчизняних учених-економістів. Основний акцент при цьому робиться на формування інструментарію стратегічного управління, що знайшло відображення у працях зарубіжних учених: Р. Акоффа, І. Ансоффа, П. Друкера, К. Ендрюса, У. Кінга, Д. Кліланда, Ф. Котлера, Г. Мінцберга, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, М. Портера, К. Прахалада, А. Стрікланда, А. Томпсона; вчених країн СНД: О. Віханського, О. Гапоненка, Г. Клейнера, О. Панкрухіна, В. Соловйова, Ф. Фатхутдинова та інших. У працях вітчизняних науковців О. Амоши, В. Василенка, В. Геєця, В. Герасимчука, В. Дементьєва, Ф. Євдокимова, О. Кендюхова, Т. Ландіної, І. Мельнічука, А. Наливайка, С. Оборської, А. Стрільця, О. Сумця, Т. Ткаченка, В. Хобти, А. Шегди, З. Шершневої, М. Чумаченка та інших увага приділяється практичним аспектам побудови стратегії, здійснення оцінки стану зовнішнього та внутрішнього середовища, застосування методів та моделей стратегічного менеджменту тощо. Комплексні підходи до вирішення проблем активізації діяльності суб'єктів малого підприємництва представлені у працях А. Бутенка, З. Варналія, О. Виноградової, В. Колота, В. Ляшенка, А. Садекова, М. Пивоварова, С. Покропивного, Г. Толмачової, Ю. Шипуліної, Н. Шлафман та інших.

Разом з тим, результати досліджень потребують уточнення та поглиблення у частині розв'язання теоретичних положень і удосконалення методичних підходів до формування стратегії суб'єктів малого підприємництва (СМП) в умовах мінливого зовнішнього середовища на засадах створення кластерів та використання відносин франчайзингу. Актуальність і особлива значущість

зазначених проблем зумовили вибір теми дисертаційної роботи, визначили її мету і завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано на кафедрі економіки підприємства ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» відповідно до науково-дослідних тем: «Науково-теоретичні основи розвитку системи мотивації діяльності суб'єктів господарювання» (номер державної реєстрації 0104U004076), у процесі виконання якої автором досліджено роль суб'єктів малого підприємництва у формуванні кластерів, та «Інституціональні основи формування ефективної держави в умовах трансформаційної економіки» (номер державної реєстрації 0108U010987), у рамках якої обґрунтовано роль франчайзингу в процесі формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є поглиблення теоретичних засад, розвиток науково-методичних підходів і розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Для досягнення зазначеної мети були поставлені та вирішені такі завдання:

- проаналізовано місце та роль суб'єкта малого підприємництва у сучасній економічній системі;
- уточнено зміст стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого середовищ;
- систематизовано види стратегій на основі декомпозиції цільових напрямів діяльності підприємства;
- проаналізовано та оцінено тенденції розвитку суб'єктів малого підприємництва;
- здійснено моніторинг чинників впливу мінливого зовнішнього середовища на розвиток суб'єктів малого підприємництва;
- оцінено сучасні умови формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища на основі технології об'ємного SWOT-аналізу;
- розвинуто методичні положення з формування стратегії суб'єкта малого підприємництва;
- обґрунтовано науково-методичний підхід до визначення величини компенсації витрат за договором франчайзингу;
- розроблено концептуальні положення щодо оцінки інтенсивності стратегічних змін у діяльності суб'єкта малого підприємництва.

Об'єкт дослідження – процеси стратегічного управління діяльністю суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Предмет дослідження – основні принципи, методи та прикладні аспекти формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Методи дослідження. Теоретичною і методичною основою дисертаційної роботи є класичні положення економічної теорії, теорії управління,

фундаментальні труди вітчизняних і зарубіжних учених та практиків з питань стратегічного менеджменту, підприємницької діяльності суб'єктів малого бізнесу в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Для досягнення поставленої мети в роботі використано наступні методи: узагальнення та діалектичної логіки (для обґрунтування та уточнення наукових понять стратегії та стратегічного менеджменту, а також пропозицій щодо вдосконалення норм діючого законодавства стосовно малого підприємництва); якісного аналізу і синтезу (при уточненні сутності поняття стратегія та визначені видів стратегій, формуванні методичних підходів до оцінки компенсації витрат франчайзі); системний і процесний підходи (для обґрунтування науково-методичного і практичного інструментарію оцінки умов формування стратегії суб'єкта малого підприємництва); прогнозування (при розробці методичних підходів до здійснення об'ємного SWOT-аналізу, оцінки інтенсивності стратегічних змін у діяльності суб'єкта малого підприємництва).

Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативні акти з питань діяльності підприємств, документи та матеріали органів державної влади та управління, а також монографії та інша література за темою дослідження. Емпіричною базою дослідження є дані Державної служби статистики щодо розвитку національної економіки, малого підприємництва, суб'єктів господарювання Донецької області та України, аналітичні розрахунки автора, які були виконані під час проведення дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розвитку теоретичних положень, формуванні науково-методичних підходів і практичного інструментарію щодо формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища. Найбільш суттєві наукові результати, що характеризують новизну проведеного дослідження, полягають у такому:

вперше:

– розроблено концептуальний підхід до формування і оцінки ступеня реалізації стратегії суб'єкта малого підприємництва на основі укладання франчайзингових угод із врахуванням можливостей отримання альтернативних доходів, що за умов об'єднання малих підприємств у кластери забезпечує необхідний рівень рентабельності діяльності, а також позитивну динаміку ринкової вартості підприємства протягом визначеного періоду;

удосконалено:

– науково-методичний підхід до проведення об'ємного SWOT-аналізу умов формування стратегії суб'єкта малого підприємництва, принциповою особливістю якого є виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз діяльності суб'єкта господарювання як у складі кластеру, так і на основі врахування його індивідуальних інтересів і цілей, що дозволяє сформувати матрицю вибору стратегії суб'єкта малого підприємництва як учасника кластерного об'єднання підприємств в умовах мінливого зовнішнього середовища;

– порядок обґрунтування величини компенсації витрат франчайзі по організації і веденню бізнесу за договором франчайзингу, який порівняно з

існуючими підходами передбачає комплексну оцінку витрат і прибутку за результатами реалізації товарів і послуг, а також ліквідаційної вартості майна, що за згодою сторін франчайзингового договору може бути зарахована на користь компенсації витрат франчайзі, що дозволяє своєчасно враховувати невизначеність та мінливість зовнішнього середовища при укладанні договорів про співпрацю у межах кластеру;

дістали подальшого розвитку:

– теоретичні положення щодо уточнення змісту ключових переваг суб'єкта малого підприємництва і можливостей їх використання в умовах мінливості зовнішнього середовища, стан якого формується під впливом об'єктивних і суб'єктивних каталізаторів, виокремлення яких дозволяє враховувати їх дію під час формування стратегії суб'єкта малого підприємництва з метою досягненні такого рівня взаємодії із мінливим зовнішнім середовищем, що дозволяє реалізувати тактичні та стратегічні цілі при забезпеченні ефективної діяльності малого підприємства у довгостроковій перспективі;

– методичний підхід до виокремлення та кількісної оцінки умов формування стратегії суб'єкта малого підприємництва, який передбачає визначення можливостей трансформації умов у ресурси залежно від стану зовнішнього та внутрішнього середовища, що дозволяє забезпечити реалізацію індивідуальних цілей суб'єкта малого підприємництва та ефективне функціонування кластеру;

– методичні положення з формування стратегії суб'єкта малого підприємництва шляхом визначення природи мотивації до утворення кластеру, що на відміну від існуючих дозволяють забезпечити одночасне використання гнучкості як конкурентної переваги малого підприємництва і можливостей перерозподілу ресурсів у межах кластеру на користь тих суб'єктів, що на засадах франчайзингу забезпечують успішне функціонування кластеру і створюють його конкурентні переваги як великого промислового підприємства.

Практичне значення одержаних результатів. Одержані в дисертації висновки та рекомендації знайшли практичне застосування в діяльності підприємств малого бізнесу та установ Донецької області.

Практичне значення отриманих результатів підтверджують довідки про впровадження Регіональним фондом підтримки підприємництва в м. Донецьку (довідка № 19/11 від 19.11.2009 р.); Державною організацією «Регіональний фонд підтримки підприємництва по Донецькій області» (довідка № 120 від 07.09.2010 р.); Донецькою торгово-промисловою палатою (довідка № 2022/23.06-23 від 20.10.2010 р.); ТОВ «Ерго-Стиль» (довідка №23-7/03/11 від 23.03.2011 р.); ТОВ «Санпласт» (довідка № 17-04 від 27.04.2011 р.).

Особистий внесок здобувача. Результати наукових досліджень, що містяться в дисертаційній роботі, належать особисто автору. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у роботі використано лише ті положення, які є результатом особистих розробок здобувача.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертаційного дослідження доповідалися та одержали схвалення на

всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях: «Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери» (м. Донецьк, 2006 р.); «Стан і проблеми оподаткування в умовах ринкової економіки» (м. Донецьк, 2006 р.); «Проблеми і перспективи функціонування інноваційної системи держави в умовах глобалізації» (м. Луцьк, 2007 р.); «Молодь, освіта, наука, культура і національна самосвідомість в умовах європейської інтеграції» (м. Київ, 2007 р.); «Стан і проблеми оподаткування в умовах ринкової економіки» (м. Донецьк, 2007 р.); «Теорія та практика сучасної економіки» (м. Вінниця, 2008 р.); «Донбас-2020: наука і техніка – виробництву» (м. Донецьк, 2008 р.); «Теорія і практика сучасної економіки» (м. Черкаси, 2008 р.); «Формування сучасної стратегії підприємницької діяльності» (м. Умань, 2009 р.); «Донбас-2020: перспективи розвитку очима молодих учених» (м. Донецьк, 2010 р.); «Структурні реформи і трансформації в промисловості: перспективи і пріоритети» (м. Донецьк, 2010 р.); «Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика» (м. Луцьк, 2011 р.); «Сучасні проблеми управління інвестиційною та інноваційною діяльністю» (м. Донецьк, 2011 р.); «Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні» (м. Київ, 2011 р.); «Сучасні проблеми управління інвестиційною та інноваційною діяльністю» (м. Донецьк, 2012 р.).

Публікації. За темою дисертаційного дослідження опубліковано 29 наукових праць, серед яких 3 – у колективних монографіях, 11 статей – у наукових фахових виданнях, 15 – у матеріалах наукових конференцій. Загальний обсяг публікацій становить 10,71 др. арк., із яких автору належить 7,87 др. арк.

Структура та обсяг дисертаційної роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг дисертації становить 173 сторінки основного тексту. Робота містить 25 таблиць на 17 сторінках, 19 рисунків на 12 сторінках, 5 додатків на 30 сторінках, список використаних джерел, який включає 277 найменувань на 25 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету та завдання дослідження, наукову новизну, практичне значення, апробацію результатів, повноту викладу наукових і прикладних результатів дисертації в опублікованих працях.

У першому розділі роботи «**Теоретичні засади формування стратегії суб'єкта малого підприємництва**» проаналізовано місце та роль суб'єктів малого підприємництва у сучасній економічній системі з позиції ключових переваг їх діяльності; уточнено зміст стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого середовища; систематизовано види стратегій на основі декомпозиції цільових напрямів діяльності підприємства.

Встановлено, що поліпшення показників соціально-економічного розвитку України вимагає підвищення результативності діяльності підприємств промислового сектору, якими у 2012 р. забезпечено виробництво більш ніж 26% валової доданої вартості і майже 42% загального обсягу випуску продукції.

Водночас стан промисловості характеризується незадовільними фінансово-економічними показниками, які пов'язані із зростанням кількості збиткових підприємств, збільшенням абсолютного рівня збитковості, нестабільністю динаміки індексів випуску промислової продукції. Особливої гостроти ця проблема набуває на підприємствах машинобудування, обсяг виробництва яких склав у 2012 р. лише 94,0% до попереднього року, а рівень рентабельності досяг найменшого за останні три роки значення у 3,3%.

У роботі обґрунтовано тезу щодо принципового значення організації на базі діючих або закритих підприємств машинобудування ряду малих підприємств з метою подолання збитковості та підвищення ефективності використання наявних активів. Систематизовано передумови створення суб'єктів малого підприємництва, виходячи з наступних ключових факторів успіху, які не притаманні великим машинобудівним підприємствам, а саме: гнучкість структури, що дозволяє оперативно реагувати на зміни господарського середовища; наявність одноосібного права власності, що підвищує рівень відповідальності та зацікавленості у кінцевих результатах діяльності; безпосередній зв'язок суб'єкта власності із суб'єктом управління, що усуває часові розбіжності між прийняттям рішень та часом активних дій; незначний масштаб охоплення ринку, що забезпечує безпосередній особистий зв'язок між суб'єктом малого підприємництва та персоніфікованим споживачем продукції і дозволяє більш коректно враховувати наявні та перспективні потреби; доступ до традиційних та специфічних ринків інвестиційних ресурсів, головною ознакою яких є надання позик на підставі особистих зв'язків та відносин інвестора із суб'єктами підприємництва.

Виявлено, що використання ключових переваг діяльності суб'єкта малого підприємництва ускладнюється внаслідок мінливості зовнішнього середовища господарювання. Основні каталізатори мінливості зовнішнього середовища в роботі запропоновано поділити на об'єктивні і суб'єктивні. До об'єктивних каталізаторів віднесено: інституціональні, що пов'язані із безпосередньою залежністю діяльності суб'єкта малого бізнесу від якості законодавчої бази, ступеня активності на ринку великого бізнесу і рівня довіри до фінансово-кредитної і страхової інфраструктури; ринкові, які пов'язані із високою ентропією змін потреб та конкуренції на локальних ринках збуту продукції; природні, дія яких пов'язана з об'єктивною динамікою прискорення розвитку економічних процесів за всіма сферами господарської активності. До суб'єктивних каталізаторів мінливості зовнішнього середовища в роботі віднесено такі, що обумовлені власне внутрішніми процесами, характерними для суб'єкта малого підприємництва, а саме: відсутність достатніх обсягів власних ресурсів, недосконалість технологій управління внаслідок браку необхідного рівня знань, досвіду та компетенцій персоналу.

Необхідність врахування мінливості зовнішнього середовища в діяльності суб'єкта малого підприємництва вимагає розвинення теорії управління у частині формування відповідних стратегій, що надає можливості суб'єктам малого бізнесу забезпечити передбачуваність параметрів функціонування і ринкового положення, покращити результати виробничо-господарської діяльності та

перейти до інтенсифікації розвитку у довгостроковій перспективі. Для вирішення цього завдання в дисертаційній роботі сформовано ряд теоретичних положень щодо формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища, результатом чого стало уточнення сутності стратегії. У роботі запропоновано розглядати стратегію як комплекс довгострокових напрямків діяльності суб'єкта малого підприємництва, виражених якісними параметрами, що вимірюють його відносини із зовнішнім середовищем з приводу використання обмежених ресурсів через формування перспективних цілей та визначення способів виконання місії суб'єкта господарювання, а також відповідних рішень по вибору інструментів досягнення мети (з певними альтернативними варіантами), адаптованих до зовнішнього середовища, які враховують внутрішні можливості суб'єкта господарювання. Відповідно до запропонованого визначення сутності стратегії суб'єкта малого підприємництва встановлено, що головна задача формування стратегії полягає у досягненні такого рівня взаємодії із мінливим зовнішнім середовищем, що дозволяє реалізувати тактичні та стратегічні цілі при забезпеченні ефективної діяльності малого підприємства у довгостроковій перспективі.

Для визначення стратегії малого підприємства необхідно чітко сформулювати систему цілей. З цією метою у дисертаційній роботі побудовано ієрархію цілей суб'єкта господарювання. Особливістю запропонованого підходу є одночасна декомпозиція індивідуальних цілей суб'єкта малого підприємництва та кластеру, який складає група малих підприємств. Обґрунтовано, що вибір бази для проведення декомпозиції обумовлюється обраною суб'єктом малого підприємництва стратегією, яка залежить від індивідуальної позиції підприємства на ринку та успішності функціонування кластеру у ринковому середовищі. Це можуть бути стратегії зростання, стратегії стабілізації, стратегії виживання.

Систематизовано елементи стратегії суб'єкта малого підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища з позиції впливу на рівень та строки досягнення встановлених цілей, а саме: оцінка ресурсів, які можуть бути залучені до процесу здійснення стратегії; пристосування або адаптація суб'єкта господарювання до стану зовнішнього середовища, що передбачає визначення можливостей та загроз, які створюються в цьому середовищі; створення конкурентних переваг, які закладають основи для більш ефективного та довгострокового функціонування підприємства. Підкреслено, що одна з головних особливостей розробки та здійснення стратегій в умовах мінливого зовнішнього середовища полягає у відсутності повної та достовірної інформації про стан зовнішнього середовища, напрямків його розвитку, особливо щодо коливань попиту та пропозиції на ринку, що не дозволяє повною мірою визначати фінансово-економічні показники діяльності підприємства у перспективі.

Для усунення впливу фактора невизначеності в дисертації дістала подальшого розвитку класифікація видів стратегій суб'єкта малого підприємництва, яка систематизує стратегії за глобальною, корпоративною і

функціональною ознаками, що дозволяє враховувати мінливість зовнішнього середовища шляхом визначення умов реалізації відповідної стратегії. Обґрунтовано, що одним із напрямів успішної реалізації стратегії суб'єкту малого підприємництва є використання додаткових можливостей, які створюються відносинами франчайзингу, який надає вже розроблену інновацію для використання на взаємовигідних для франчайзера та франчайзі умовах. Враховуючи обмежені можливості акумулювання на рівні окремого суб'єкта малого підприємництва значних обсягів ресурсів та їх ефективного використання доведено доцільність створення кластерів, що передбачає тимчасове залучення ресурсів інших суб'єктів господарювання, які входять з даним суб'єктом до кластеру.

У другому розділі «**Діагностика умов розвитку суб'єктів малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища**» проведено аналіз та оцінено тенденції розвитку суб'єктів малого підприємництва; здійснено моніторинг чинників впливу мінливого зовнішнього середовища на розвиток суб'єктів малого підприємництва; оцінено сучасні умови формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища на основі технології об'ємного SWOT-аналізу.

У роботі відзначено, що економічна політика, яка проводиться в Україні, спричинила певну деформацію галузевої структури малого підприємництва. Так, у загальних показниках розвитку малого підприємництва в Україні за питомою вагою очікувались лідерські позиції малих підприємств промисловості і будівництва, однак в цей час спостерігається тенденція до переважання підприємств оптової і роздрібною торгівлі (26% зайнятих у загальній чисельності зайнятих у малому бізнесі). Встановлено, що специфіку діяльності суб'єктів малого підприємництва визначають територіальні особливості їх функціонування, обумовлені рівнем концентрації промисловості, характерними ознаками якої є значні обсяги виробництва і споживання, високий рівень зайнятості і грошових доходів. За результатами аналізу статистичного матеріалу зроблено висновок про наявність стійких кореляційних зв'язків між типом господарської активності промислових підприємств та рівнем активності суб'єктів малого підприємництва: для територій із високим рівнем розвитку та диверсифікованою структурою промислового виробництва є характерним зосередження значної кількості суб'єктів малого підприємництва, для території з низьким рівнем промислової активності більш характерним є суттєве зменшення кількості суб'єктів малого підприємництва (формули 1-2):

$$y_1 = 0,426x_1 + 0,888x_2 + 0,868x_3 + 0,922x_4 + 0,939x_5 + 0,877x_6 + 0,917x_7 + 0,885x_8, \quad (1)$$

$$y_2 = 0,505x_1 + 0,781x_2 + 0,622x_3 + 0,842x_4 + 0,938x_5 + 0,690x_6 + 0,758x_7 + 0,760x_8, \quad (2)$$

- де y_1 – зайнятість у малих підприємствах, тис. осіб;
 y_2 – обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами, млн. грн.;
 x_1 – чисельність наявного населення території, тис. осіб;
 x_2 – чисельність зайнятого населення, тис. осіб;
 x_3 – середньомісячна номінальна заробітна плата, грн.;

x_4 – доходи населення, млн. грн.;

x_5 – обсяг реалізованих послуг населенню, млн. грн.;

x_6 – обсяг інвестицій в основний капітал, млн. грн.;

x_7 – обсяг іноземних інвестицій, тис. дол. США;

x_8 – обсяг роздрібного товарообігу підприємств на території, млн. грн.

Встановлено зворотній зв'язок між результатами діяльності малих підприємств та показниками активності промислового сектору: зростання активності та результативності діяльності суб'єктів малого підприємництва сприяє покращенню інвестиційного клімату, підвищенню рівня доходів населення, стимулюючи у такий спосіб збільшення обсягу товарообороту у промисловості та інших галузях національної економіки та залучення інвестиційних ресурсів (формули 3-4):

$$y_1 = 0,127x_1 + 0,764x_2 + 0,980x_3 + 0,991x_4 + 0,776x_5 + 0,877x_6 + 0,981x_7 + 0,927x_8, \quad (3)$$

$$y_2 = 0,505x_1 + 0,880x_2 + 0,985x_3 + 0,995x_4 + 0,941x_5 + 0,425x_6 + 0,986x_7 + 0,960x_8. \quad (4)$$

Отримані кореляційні залежності підтверджують висновок про те, що підвищення рівня концентрації промислового потенціалу та зростання платоспроможності населення обумовлюють збільшення абсолютної кількості суб'єктів малого підприємництва та забезпечення ефективної їх діяльності.

Запропоновано науково-методичний підхід до виокремлення та кількісної оцінки умов формування стратегії суб'єкта малого підприємництва, який передбачає визначення можливостей трансформації умов у ресурси залежно від стану зовнішнього та внутрішнього середовища, що дозволяє забезпечити реалізацію індивідуальних цілей та ефективне функціонування кластеру. Формування стратегії суб'єкта малого підприємництва вимагає створення інформаційної системи підтримки стратегічних рішень, основу якої повинна становити технологія ефективного виявлення та оцінювання можливостей використання внутрішніх і зовнішніх ресурсів та умов здійснення діяльності. З огляду на необхідність отримання повної та достовірної інформації про потенціал власних ресурсів та можливостей їх використання в умовах мінливого зовнішнього середовища у роботі розроблено технологію об'ємного SWOT-аналізу, принциповою відмінністю якого є виявлення сильних сторін та можливостей, які обумовлюють максимальні потенційні переваги суб'єкта малого підприємництва у конкурентному середовищі, а також визначення слабких сторін та загроз як у складі кластеру, так і виходячи із його індивідуальних інтересів і цілей. На основі технології об'ємного SWOT-аналізу в дисертації побудовано матрицю вибору стратегії суб'єкта малого підприємництва як учасника кластерного об'єднання підприємств в умовах мінливого середовища (табл. 1). Використання запропонованої матриці дозволяє здійснити вибір стратегії суб'єкта малого підприємництва з урахуванням базових показників індивідуального функціонування і кластера в цілому, визначити напрями оптимізації діяльності у межах кластеру, відстежити наслідки для окремого суб'єкта малого підприємництва та кластера у цілому.

Таблиця 1

Матриця вибору стратегії малого підприємництва як учасника кластерного об'єднання підприємств в умовах мінливого середовища

№ п/п	Найменування сильних сторін суб'єкта господарювання	Базовий показник чи група показників суб'єкта малого підприємництва	Характеристики стратегії суб'єкта малого підприємництва	
			Напрямок оптимізації діяльності у кластері	Наслідки діяльності суб'єкта малого підприємництва в кластері
1	Наявність ефективної стратегії, що забезпечена можливостями підприємства в життєво важливих областях діяльності.	Визначений обсяг прибутку чи його зростання, рівень рентабельності, обсяг продажів по роках.	Підвищення прибутку та рентабельності, обсягу продажів за рахунок розширення ринків збуту, використання мереж просування продукції, доступу до сучасних технологій менеджменту.	Підвищення прибутку, рентабельності продукції, розширення ринків збуту та обсягів продажів. Підвищення вірогідності досягнення цілей обраної стратегії.
2	Стійкий фінансовий стан та достатність фінансових ресурсів для подальшого розвитку.	Стійкий фінансовий стан, достатність фінансових ресурсів для простого відтворення.	Можливість залучення додаткових фінансових ресурсів для спільних проектів розвитку.	Достатність фінансових ресурсів для розширеного відтворення та прискореного розвитку. Дострокове досягнення стратегічних цілей.
3	Наявність сучасного виробничого потенціалу, досвід вдосконалення виробничих процесів.	Сучасний виробничий потенціал, можливість вдосконалення своїх сил.	Можливість залучення нових технологій, техніки, ноу-хау, використання інтелектуальної власності партнерів.	Інноваційне оновлення виробничого потенціалу та суттєве випередження конкурентів. Ефективне здійснення виробничої стратегії.
4	Широкий асортимент продукції чи послуг. Можливість диверсифікації виробництва.	Широкий асортимент та можливість подальшої диверсифікації виробництва.	Підвищення гнучкості процесів диверсифікації та інноваційне оновлення асортименту.	Випереджаюче реагування на зміни попиту та уподобань споживачів. Здійснення продуктових стратегій.
5	Ефективне використання економічного потенціалу.	Забезпечення здатності довгострокового функціонування на базі наявних ресурсів.	Розширення можливостей шляхом залучення додаткових ресурсів.	Дострокове досягнення стратегічних цілей за рахунок синергетичного ефекту.
6	Наявність відомої торгової марки та репутації в підприємстві.	Формування іміджу, гудвілу, репутації.	Зміцнення торгової марки, ділової репутації.	Підвищення ринкової вартості суб'єкта господарювання.
7	Наявність прав власності на технології, унікальних навиків у розробці техніки та технологій, стратегії науково-технічних розробок, патентно-ліцензійної стратегії.	Наявність нематеріальних активів із сучасним інтелектуальним наповненням.	Можливість залучення інтелектуальної власності інших суб'єктів господарювання.	Формування унікальних інтелектуальних конкурентних переваг Зміцнення ланцюга вартості.
8	Позиції визнаного лідера ринку, наявність сталого ринкового стану.	Визначена питома вага ринку.	Можливість розширення ринку збуту.	Домінування на визначеному ринку та ефективне просування на інші ринки. Підвищення ефективності маркетингової стратегії.
9	Широка географія поставок та можливість збуту в глобальних масштабах.	Визначені можливості реалізації продукції в країні та за її межами.	Розширення можливостей реалізації продукції в країні та за її межами.	Можливість росту та розвитку за рахунок розширення ринків збуту. Підвищення ефективності маркетингової стратегії.
10	Можливість економії на масштабі чи/та в результаті ефекту навчання.	Наявність можливості економії на масштабі.	Підкріплення можливості економії на масштабі та в результаті ефекту навчання	Вичерпана можливість використання економії на масштабі. Посилення цінової стратегії.

Обґрунтовано, що формування стратегії суб'єкта малого підприємництва за умови використання об'ємного SWOT-аналізу забезпечує досягнення цілей з нарощування потенціалу та зростання вартості бізнесу завдяки створенню ланцюга вартості, що дозволяє створити умови для подальшого зростання та переходу в іншу якість, тобто набуття достатньої кількості ресурсів для створення критичної маси потенціалу для переходу до групи середніх, а далі, при наявності можливостей, – до групи великих підприємств. За елементами ланцюга вартості можна визначити, які функції підприємству доцільно передати іншим суб'єктам господарювання у межах кластеру з метою більш ефективного використання ресурсів як самого підприємства, так і інших учасників кластеру.

У третьому розділі **«Рекомендації щодо формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища»** розвинуто методичні положення з формування стратегії суб'єкта малого підприємництва; обґрунтовано науково-методичний підхід до визначення величини компенсації витрат за договором франчайзингу; розроблено концептуальні положення щодо оцінки інтенсивності стратегічних змін у діяльності суб'єкта малого підприємництва.

Доведено висновок про те, що конкурентні переваги суб'єктів малого підприємництва у вигляді високого ступеня гнучкості реагування на зміни зовнішнього середовища не можуть бути індивідуально реалізовані повною мірою внаслідок обмеженості ресурсів. Обґрунтовано, що формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого середовища має орієнтуватись на підвищення рівня використання знань у межах кластеру та утворення нових форм співробітництва для розподілу ресурсів у кластері. Тому в роботі розвинуто методичні положення з формування стратегії суб'єкта малого підприємництва з урахуванням природи мотивації утворення кластеру.

Враховуючи потребу в акумуляції та ефективному розподілі ресурсів у дисертаційній роботі обґрунтовано можливість досягнення синергетичного ефекту в результаті об'єднання суб'єктів малого підприємництва у кластер. Сутність синергетичного ефекту кластеру проявляється у забезпеченні перерозподілу ресурсів між учасниками, виходячи з критеріїв необхідності надання ресурсів тим суб'єктам, що забезпечують успішне функціонування кластеру в цілому. Це дозволяє специфічному об'єднанню малих підприємств набувати таких конкурентних переваг, що є характерними виключно для великих промислових підприємств, зокрема, можливостей обміну інформацією, спеціалістами, знаннями, технологіями із одночасним акумулюванням значного обсягу ресурсів.

У дисертаційній роботі досліджено природу мотивації створення кластерів на базі окремих суб'єктів малого підприємництва. Як основні мотиви виокремлено: встановлення партнерських відносин між підприємствами щодо випуску продукції, яка доповнює одна одну; зниження витрат на забезпечення діяльності; можливість використання факторів виробництва, інформаційної бази, досвіду, знань інших учасників кластеру; економія на здійсненні сумісних рекламних компаній. Реалізація цих мотивів дозволяє забезпечити одночасно

ефективну діяльність як суб'єкта малого підприємництва, так і кластеру в цілому на засадах формування відносин франчайзингу (рис. 1).



Рис. 1 – Процес формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища

Оцінка перспектив здійснення франчайзингової угоди базується на попередньому проведенні ряду експертиз, пов'язаних з визначенням умов реалізації франчайзингового проекту, проведенням оцінки його ефективності, а також інших параметрів, на основі яких може бути прийняте остаточне рішення про початок комерційної співпраці двох або декількох суб'єктів господарювання. Для оцінки ефективності франчайзингової угоди необхідно визначити величину запланованого прибутку, який створюється на основі франчайзингової співпраці, а також термін окупності проекту франчайзингу. У роботі наголошено на необхідності врахування ймовірності розриву франчайзингових відносин внаслідок: відміни угоди; припинення за взаємною угодою; відмови франчайзі від своїх зобов'язань; припинення франчайзером контракту; закінчення терміну дії угоди, результатом чого є поява збитків для

франчайзі і франчайзера. Для підвищення обґрунтованості і врахування мінливості зовнішнього середовища при здійсненні франчайзингових операцій у дисертації розроблено підхід до обґрунтування величини компенсації витрат франчайзі по організації і веденню бізнесу за договором франчайзингу (формула 5):

$$K\Phi_n = \sum_{i=1}^n B\Phi_i - \sum_{i=1}^n ЧП\Phi_i - ЛВМ_n \quad (5)$$

де $K\Phi_{(n)}$ – величина компенсації витрат франчайзі по організації і веденню бізнесу за договором франчайзингу за n -й період часу, грн.;

$B\Phi_i$ – витрати франчайзі на організацію і ведення бізнесу за договором франчайзингу за i -й період часу, грн.;

$ЧП\Phi_i$ – прибуток франчайзі за результатами реалізації товарів і послуг за i -й період часу, грн.;

$ЛВМ_{(n)}$ – ліквідаційна вартість майна, що за згодою сторін франчайзингового договору, може бути зарахована на користь компенсації витрат франчайзі в n -му моменті часу, грн.;

$i = 1, n$ – період часу, за яким визначаються витрати і фінансові результати;

n – кількість періодів діяльності франчайзі.

Перевагою запропонованого підходу є утворення додаткових можливостей для виявлення сильних і слабких сторін франчайзингового договору, визначення обґрунтованого розміру франшизи для всіх сторін угоди, що дозволяє франчайзі більш об'єктивно оцінити доцільність співпраці і своєчасно врахувати невизначеність та мінливість зовнішнього середовища при укладанні договорів про співпрацю у межах кластеру.

Ступінь реалізації стратегії за обґрунтованою системою показників доцільно розраховувати шляхом порівняння прогнозованого рівня ринкової вартості суб'єкта малого підприємництва за аналізований період (з урахуванням оцінки фінансово-економічного ефекту реалізації стратегії) із ринковою вартістю до початку реалізації стратегії. З огляду на це в роботі запропоновано новий науково-методичний підхід до оцінки інтенсивності стратегічного розвитку суб'єкта малого підприємництва на основі обґрунтування його ринкової вартості, що створюється за рахунок розширення обсягів діяльності в результаті укладання франчайзингової угоди в умовах впливу чинника зовнішнього середовища – альтернативної вартості капіталу, що визначається на основі депозитної ставки (формула 6).

У роботі обґрунтовано максимальну ставку франчайзингового платежу, що забезпечує франчайзі отримання доходу на рівні не нижче відсоткової ставки депозиту за період реалізації стратегії, яку використано для кластеру суб'єктів малого підприємництва машинобудівного комплексу.

$$\left\{ \begin{array}{l} ICP_n = \left(\frac{PB_{n-1} + \Phi P_n}{PB_1} - 1 \right) \times 100\% \\ ICP_n \geq 0 \\ ICP_n \geq ICP_{n-1} \\ PB_{n-1} = \sum_{i=1}^{n-1} \frac{ЧП_i - \Phi\Pi_i + A_i + \Delta\text{ВОК}_i - KI_i + \Delta\text{ДЗ}_i}{(1 + R_{d_i})^i} \\ \Phi P_n = (D_n - B_n) \times (1 - \alpha_n) \\ \alpha_n \leq 1 - R_{d_n} \times \frac{B_n}{D_n - B_n} \\ \alpha_n \geq 0 \end{array} \right. \quad (6)$$

- де ICP_n – інтенсивність стратегічного розвитку СМП за n років реалізації стратегії, %;
 PB_{n-1} – ринкова вартість СМП за $(n-1)$ років реалізації стратегії, тис. грн.;
 ΦP_n – фінансовий результат діяльності СМП за n -й рік реалізації стратегії, тис. грн.;
 PB_1 – ринкова вартість СМП у першому році дослідження, тис. грн.;
 ICP_{n-1} – інтенсивність стратегічного розвитку СМП за $n-1$ років реалізації стратегії, %;
 $ЧП_i$ – чистий прибуток в i -му році реалізації стратегії франчайзингу СМП, тис. грн.;
 $\Phi\Pi_i$ – франчайзинговий платіж на i -му році реалізації стратегії СМП, тис. грн.;
 A_i – річні амортизаційні відрахування в i -му році реалізації стратегії СМП, тис. грн.;
 $\Delta\text{ВОК}_i$ – зміна власного оборотного капіталу СМП в i -му році реалізації стратегії, тис. грн.;
 KI_i – капітальні інвестиції СМП в i -му році реалізації стратегії, тис. грн.;
 $\Delta\text{ДЗ}_i$ – зміна довгострокової заборгованості СМП в i -му році реалізації стратегії, тис. грн.;
 R_{d_i} – ставка дисконтування грошових потоків i -го року реалізації стратегії СМП, ставка депозиту для юридичних осіб, частки одиниці;
 D_n – дохід франчайзі від використання торгової марки, бренду за n -й рік реалізації стратегії, тис. грн.;
 B_n – витрати франчайзі на ведення бізнесу (виробництво продукції, товарів, робіт, послуг) за n -й рік, тис. грн.;
 α_n – максимальний відсоток ФП з прибутків франчайзі, частки одиниці;
 n – розрахунковий період, років.

За результатом використання підходу, представленого формулою (6), у роботі виконано прогностну оцінку інтенсивності стратегічного розвитку суб'єктів малого підприємництва в умовах кластеру за період 2013-2018 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Результати розрахунків інтенсивності стратегічного розвитку на основі реалізації стратегії франчайзингу

Суб'єкти малого підприємництва	Інтенсивність стратегічного розвитку, %					
	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
ТОВ «Ерго-Стиль»	+141,52	+231,32	+89,15	+78,12	+70,85	+65,83
ТОВ «МКУ»	+173,11	+301,17	+117,46	+103,36	+85,79	+79,78
ТОВ «Новий Стиль»	+208,76	+273,44	+106,65	+93,85	+77,89	+72,44
ТОВ «Ліга-Нова»	+107,01	+174,43	+68,03	+59,86	+49,69	+46,21
ТОВ «Бервер ЛТД»	+271,77	+343,97	+134,15	+118,05	+97,98	+91,12

Застосування комплексу розроблених рекомендацій сприятиме підвищенню рівня обґрунтованості стратегічного розвитку СМП в умовах мінливого зовнішнього середовища на основі франчайзингової угоди і оцінки можливостей отримання альтернативних доходів, що за умов створення кластеру забезпечує необхідний рівень рентабельності діяльності підприємства, а також позитивну динаміку його ринкової вартості протягом визначеного періоду.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі вирішено актуальну задачу щодо теоретичного обґрунтування і розробки науково-методичних рекомендацій з формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища. Основні висновки і результати дослідження полягають у такому.

1. Поглиблено сутність теоретичних положень щодо визначення місця та ролі суб'єктів малого підприємництва у сучасній економічній системі з позиції визначення їх ключових переваг на підставі порівняння умов здійснення господарської діяльності великих і малих підприємств машинобудування. Відзначено, що використання ключових переваг діяльності суб'єкта малого підприємництва ускладнюється внаслідок мінливості зовнішнього середовища господарювання. Виявлено зміст і напрямки дії суб'єктивних та об'єктивних каталізаторів мінливості, що дозволяє ефективно адаптуватися до станів мінливого зовнішнього середовища.

2. Запропоновано розглядати стратегію як комплекс довгострокових напрямків діяльності суб'єкта малого підприємництва, виражених якісними параметрами, що вимірюють його відносини із зовнішнім середовищем з приводу використання обмежених ресурсів через формування перспективних цілей та визначення способів виконання місії суб'єкта господарювання, а також відповідних рішень по вибору інструментів досягнення мети (з певними альтернативними варіантами), адаптованих до зовнішнього середовища, які враховують внутрішні можливості суб'єкта господарювання. Окреслено зміст головної задачі формування стратегії СМП, що полягає у досягненні такого рівня взаємодії із мінливим зовнішнім середовищем, яке дозволяє реалізувати тактичні та стратегічні цілі при забезпеченні ефективної діяльності малого підприємства у довгостроковій перспективі.

3. Систематизовано основні підходи до класифікації видів стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища, які, на відміну від існуючих, орієнтуються на врахування обмеженості ресурсів і дозволяють адаптуватися до зовнішнього середовища з урахуванням внутрішніх можливостей суб'єкта господарювання. Обґрунтовано, що одним із напрямів успішної реалізації стратегії суб'єкту малого підприємництва є використання додаткових можливостей франчайзингу та створення кластерів на базі поєднання ресурсів і можливостей групи суб'єктів малого підприємництва.

4. У загальних показниках розвитку малого підприємництва в Україні

спостерігається тенденція до переважання підприємств оптової і роздрібною торгівлі. Встановлено, що специфіку діяльності суб'єктів малого підприємництва визначають територіальні особливості їх функціонування, обумовлені рівнем концентрації промисловості, характерними ознаками якої є значні обсяги виробництва і споживання, високий рівень зайнятості і грошових доходів.

5. За результатами аналізу статистичних даних у дисертації зроблено висновок про наявність стійких кореляційних зв'язків між типом господарської активності великих промислових підприємств регіону та рівнем активності суб'єктів малого підприємництва. Встановлено, що для територій із високим рівнем розвитку та диверсифікації промислового виробництва є характерним зосередження значної кількості суб'єктів малого підприємництва, для територій з низьким рівнем промислової активності властиве суттєве зменшення кількості суб'єктів малого підприємництва.

6. У роботі сформовано науково-методичний підхід до виокремлення та кількісної оцінки умов формування стратегії суб'єкта малого підприємництва. Особливістю підходу є комплексне врахування можливостей трансформації умов у ресурси залежно від стану зовнішнього та внутрішнього середовища, що дозволяє забезпечити одночасну реалізацію індивідуальних цілей суб'єкта малого підприємництва та ефективного функціонування кластеру. Розроблено науково-методичні рекомендації з проведення об'ємного SWOT-аналізу для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та погроз діяльності суб'єкта господарювання у складі кластеру з врахуванням індивідуальних інтересів і цілей.

7. За результатами використання запропонованої технології об'ємного SWOT-аналізу в дисертації побудовано матрицю вибору стратегії суб'єкта малого підприємництва як учасника кластерного об'єднання підприємств в умовах мінливого середовища. Використання запропонованої матриці дозволяє здійснити вибір стратегії суб'єкта малого підприємництва з урахуванням базових показників індивідуального функціонування і кластера в цілому, визначити напрями оптимізації діяльності у межах кластеру, відстежити наслідки для окремого суб'єкта малого підприємництва та кластеру у цілому.

8. Встановлено, що відносини франчайзингу супроводжуються рядом ризиків та невизначеностей, що впливають на рівень ефективності взаємодії у межах кластеру. У роботі визначено причини та наслідки розриву угод про франчайзинг для франчайзі та франчайзера. Як інструмент зменшення рівня невизначеності та ризику уточнено порядок обґрунтування величини компенсації витрат франчайзі по організації і веденню бізнесу за договором франчайзингу, що забезпечує комплексне врахування витрат і прибутку франчайзі, а також ліквідаційної вартості майна, що за згодою сторін франчайзингового договору може бути зарахована на користь компенсації витрат франчайзі. Практичне використання запропонованого підходу дозволяє своєчасно врахувати невизначеність та мінливість зовнішнього середовища при укладанні договорів про співпрацю у межах кластеру.

9. Ступінь реалізації стратегії суб'єкта малого підприємництва доцільно

встановлювати шляхом порівняння прогнозованого рівня ринкової вартості суб'єкта малого підприємництва за аналізований період із ринковою вартістю до початку реалізації стратегії. З огляду на це в роботі запропоновано концептуальний підхід до оцінки інтенсивності стратегічного розвитку суб'єкта малого підприємництва, що враховує умови франчайзингової угоди і можливості отримання альтернативних доходів, що за умов створення кластеру забезпечує необхідний рівень рентабельності діяльності підприємства, а також позитивну динаміку його ринкової вартості протягом визначеного періоду.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділи у монографіях

1. Квілінський О.С. Мале підприємництво та перспективи його кластеризації в економічній системі України / О.С. Квілінський, Т.О. Степанова // Малий бізнес та післякризовий економічний розвиток України: монографія / Ануфрієв М.Ю., Благодарний О.І. та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті, Донецька обласна державна адміністрація, Донецька обласна рада, Донецька торгово-промислова палата. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2010. – С. 46-50. *Особистий внесок*: проаналізовано перспективи кластеризації малих підприємств в економічній системі України.

2. Квилинский А.С. Кластеризация и развитие предприятий малого бизнеса / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова, А.Ю. Тимарцев // Трансграничное украинско-российское сотрудничество: формы, методы, перспективы: монографія / под общ. ред. В.И. Дубницкого. – Донецк: Юго-Восток, 2010. – С.129-136. *Особистий внесок*: визначено роль кластеризації у розвитку підприємств малого бізнесу.

3. Квілінський О.С. Формування конкурентних переваг у ланцюзі цінності об'єднань малих підприємств / О.С. Квілінський, Т.О. Степанова // Модернізація механізмів розвитку малого та середнього бізнесу: монографія / А.І. Бутенко, М.П. Войнаренко та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2011. – С. 186-190. *Особистий внесок*: сформульовано конкурентні переваги у ланцюзі цінності об'єднань малих підприємств.

Статті у наукових фахових виданнях

1. Квилинский А.С. Актуальные вопросы развития малого предпринимательства в Украине / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Наукові праці Донецького національного технічного ун-ту. Серія: економічна. – Донецьк: ДонНТУ, 2007. – Вип. 31-3. – С. 246-251. *Особистий внесок*: виконано аналіз розвитку малого підприємництва в Україні.

2. Квилинский А.С. Инновационные аспекты в объединении субъектов малого предпринимательства в Украине / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 5, т. 3. – С. 181-185. *Особистий внесок*: визначено інноваційні аспекти в об'єднанні суб'єктів малого підприємництва в Україні.

3. Квилинский А.С. Обоснование параметров франчайзинговых

платежей / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова, О.В. Сюзяева // Наукові праці Донецького національного технічного ун-ту. Серія: економічна. – Донецьк: ДонНТУ, 2008. – Вип. 35. – С. 115-123. *Особистий внесок*: обґрунтовано параметри франчайзингових платежів.

4. Квилинский А.С. Формирование стратегии развития предприятия в условиях изменчивой внешней среды / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова, О.В. Сюзяева // Наукові праці Донецького національного технічного ун-ту. Серія: економічна. – Донецьк: ДонНТУ, 2009. – Вип. 36-1. – С. 147-154. *Особистий внесок*: систематизовано принципи формування стратегії розвитку підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища.

5. Квілінський О.С. Формування правових засад франчайзинга в Україні / О.С. Квілінський, Т.О. Степанова // Економіка та право. – 2009. – № 3(25). – С. 23-28. *Особистий внесок*: проаналізовано правові засади франчайзинга в Україні.

6. Квілінський О.С. Кластеризація як спосіб підвищення стійкості суб'єктів малого бізнесу / О.С. Квілінський, Т.О. Степанова // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 1(19). – С. 150-158. *Особистий внесок*: обґрунтовано кластеризацію як спосіб підвищення стійкості суб'єктів малого бізнесу.

7. Квилинский А.С. Формирование возможностей развития субъекта малого предпринимательства в условиях кластера / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова, О.В. Сюзяева // Наукові праці Донецького національного технічного ун-ту. Серія: економічна. – Донецьк: ДонНТУ, 2011. – Вип. 39. – 1. – С. 114-121. *Особистий внесок*: систематизовано формування можливостей розвитку суб'єкта малого підприємництва в умовах кластеру.

8. Квілінський О.С. Посилення стратегічних можливостей малих підприємств у кластерах / О.С. Квілінський, Т.О. Степанова, О.В. Сюзяева // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2011. – № 6, т. 2. – С. 249-251. *Особистий внесок*: визначено посилення стратегічних можливостей малих підприємств у кластерах.

9. Квілінський О.С. Формування додаткових переваг функціонування та розвитку малих підприємств / О.С. Квілінський // Економіка промисловості. – 2012. – № 3-4 (59-60). – С. 140-147.

10. Квілінський О.С. Стратегічні аспекти формування можливостей покращення діяльності суб'єктів малого бізнесу / О.С. Квілінський // Схід. – 2012. – № 6. – Листопад-грудень. – С. 44-49.

11. Квілінський О.С. Стратегічні засади розвитку суб'єкта малого підприємництва в умовах об'єднання / О.С. Квілінський // Вісник Донецького університету економіки та права: зб. наук. пр. (Серія: економіка та управління). – Донецьк: ДонУЕП, 2012. – № 2. – С. 87-93.

Матеріали наукових конференцій

1. Квилинский А.С. Формирование целевых установок фирмы в условиях франчайзинга / А.С. Квилинский // Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери: матеріали III Міжнар. наук.-теорет.

конф. молодих учених і студентів (7-8 черв. 2006 р.): в 2-х т. – Донецьк: ДонНТУ, 2006. – Т. 1. – С. 212-215.

2. Квилинский А.С. Планирование как составляющая налогового менеджмента / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Стан і проблеми оподаткування в умовах ринкової економіки: матеріали VI-ої Міжнар. наук.-практ. конф. (24 листоп. 2006 р.). – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2006. – С. 107-109. *Особистий внесок*: проаналізовано планування як складову частину податкового менеджменту.

3. Квилинский А.С. Стратегические аспекты роста малого предпринимательства в Украине / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Проблеми і перспективи функціонування інноваційної системи держави в умовах глобалізації: матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. конф. (27-28 верес. 2007 р.). – Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. – С. 54-57. *Особистий внесок*: виконано аналіз стратегічних аспектів зростання малого підприємництва в Україні.

4. Квілінський О.С. Формування чіткості визначення малого підприємництва як основа для прогнозування його розвитку / О.С. Квілінський // Молодь, освіта, наука, культура в умовах європейської інтеграції: зб. матеріалів X Всеукр. наук.-практ. конф. (16-18 трав. 2007 р.): у 6-ти т. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. – Т.3. – С. 180-184.

5. Квилинский А.С. Некоторые аспекты взаимодействия государства с малым бизнесом в Украине / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Стан і проблеми оподаткування в умовах ринкової економіки: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. (23 листоп. 2007 р.) – Донецьк: ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2007. – С. 337-340. *Особистий внесок*: проаналізовано окремі аспекти взаємодії держави з малим бізнесом.

6. Квилинский А.С. Современное состояние и перспективы развития франчайзинга в сфере малого предпринимательства / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Теорія та практика ринкових перетворень: економічний та соціальний контекст: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (20-22 берез. 2008 р.). – Вінниця: ВІЕ ТНЕУ, 2008. – Т. II. – С. 92-97. *Особистий внесок*: визначено перспективи розвитку франчайзингу у сфері малого бізнесу в Україні.

7. Квилинский А.С. Консалтинг как средство продвижения инновационных бизнес-технологий / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Донбасс – 2020: наука і техніка – виробництву: матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф. (27-28 трав. 2008 р.). – Донецьк: ДонНТУ, 2008. – С. 541-544. *Особистий внесок*: визначено роль консалтингової діяльності у розвитку інноваційних бізнес-технологій.

8. Квилинский А.С. Усиление возможностей предприятия в рамках его жизненного цикла / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова, О.В. Сюзяева // Теорія і практика сучасної економіки: матеріали IX Міжнарод. наук.-практ. конф. (24-26 верес. 2008 р.). – Черкаси: ЧДТУ, 2008. – С. 167-169. *Особистий внесок*: визначено потенціал підприємства у межах його життєвого циклу.

9. Квілінський О.С. Формування стратегічних прагнень суб'єкта малого

підприємництва / О.С. Квілінський // Формування сучасної стратегії підприємницької діяльності: зб. матеріалів XII Всеукр. наук.-практ. конф. (28 листоп. 2009 р.). – Умань: Вид. «Сочінський», 2010. – Ч. 1. – С. 66-68.

10. Квилинский А.С. Кластеризация субъектов малого предпринимательства в машиностроении на основе франчайзинга / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Донбасс – 2020: перспективы розвитку очима молодих вчених: матеріали V наук.-практ. конф. (25-27 трав. 2010 р.). – Донецьк: ДонНТУ, 2010. – С. 965-973. *Особистий внесок*: обґрунтовано відносини кластеризації суб'єктів малого бізнесу в машинобудуванні на підставі франчайзингу.

11. Квилинский А.С. Стратегические аспекты малого бизнеса в контексте развития национальной экономики / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Структурні реформи і трансформації в промисловості: перспективи і пріоритети: тези доп. і повідом. Міжнар. наук.-практ. конф. (17 груд. 2010 р.) / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2010. – С. 66-68. *Особистий внесок*: визначено стратегічний потенціал малого бізнесу у контексті розвитку національної економіки.

12. Квилинский А.С. Стратегия развития субъекта малого предпринимательства на основе франчайзинга / А.С. Квилинский, Т.А. Степанова // Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика: матеріали XVI Міжнар. наук.-практ. конф. (24-25 трав. 2011). – Луцьк: Волин. мистецька агенція «Терен», 2011. – С. 131-132. *Особистий внесок*: обґрунтовано стратегію розвитку суб'єкта малого підприємництва на підставі франчайзингу.

13. Квилинский А.С. Инновационные возможности субъектов малого предпринимательства в кластерах / А.С. Квилинский // Збірка матеріалів Днів теорії та практики інвестування: тези доповідей Всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих вчених «Сучасні проблеми управління інвестиційною та інноваційною діяльністю» (24 берез. 2011 р.). – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2011. – С. 252-256.

14. Квілінський О.С. Франчайзинг в Україні в контексті розвитку малого бізнесу / О.С. Квілінський, Т.О. Степанова // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (11-12 трав. 2011 р.). – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – С.119-121. *Особистий внесок*: проаналізовано роль франчайзингу в контексті розвитку малого бізнесу в Україні.

15. Квілінський О.С. Формування стратегії суб'єкта господарювання / О.С. Квілінський // Всеукр. наук.-практ. конф. студентів і молодих учених «Сучасні проблеми управління інвестиційною та інноваційною діяльністю» (22 берез. 2012 р.). – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2012. – С. 130-131.

АНОТАЦІЯ

Квілінський О.С. Формування стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – ДВНЗ «Донецький національний технічний університет», Донецьк, 2014.

Дисертаційна робота присвячена розвитку теоретичних положень, науково-методичних основ і розробці практичних рекомендацій з формування стратегії розвитку суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Уточнено економічну сутність та види стратегії суб'єкта малого підприємництва в умовах мінливого зовнішнього середовища. Розвинуто теоретичні положення з визначення факторів діяльності суб'єкта малого підприємництва. Виявлено зміст суб'єктивних та об'єктивних каталізаторів мінливості зовнішнього господарського середовища. Уточнено економічну сутність та класифіковано види стратегії суб'єкта малого підприємництва.

Встановлено кореляційні зв'язки між типом господарської активності великих промислових підприємств та рівнем активності суб'єктів малого підприємництва. Удосконалено науково-методичний підхід до виокремлення та кількісної оцінки умов формування стратегії суб'єкта малого підприємництва. Запропоновано науково-методичні рекомендації з проведення об'ємного SWOT-аналізу оцінки умов формування стратегії підприємства. Побудовано матрицю вибору стратегії суб'єкта малого підприємництва як учасника кластерного об'єднання підприємств в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Обґрунтовано методичні положення з формування стратегії суб'єкта малого підприємництва. Удосконалено порядок обґрунтування величини компенсації витрат франчайзі по організації і веденню бізнесу за договором франчайзингу. Розроблено концептуальний підхід до оцінки інтенсивності стратегічного розвитку суб'єкта малого підприємництва.

Ключові слова: стратегія, підприємство, суб'єкт малого підприємництва, зовнішнє середовище, франчайзинг, кластер.

АННОТАЦИЯ

Квилинский А.С. Формирование стратегии субъекта малого предпринимательства в условиях изменчивой внешней среды. – Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – Экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет» Министерства образования и науки Украины, Донецк, 2014.

Диссертационная работа посвящена развитию теоретических положений, научно-методических основ и разработке научно-практических рекомендаций

по формированию стратегии субъекта малого предпринимательства в условиях изменчивой внешней среды.

Уточнена экономическая сущность и виды стратегии субъекта малого предпринимательства в условиях изменчивой внешней среды. Проведена сравнительная характеристика условий функционирования крупных промышленных предприятий машиностроительного сектора и субъектов малого предпринимательства. Усовершенствованы теоретические положения по оценке факторов деятельности субъекта малого предпринимательства. Выявлен комплекс субъективных и объективных катализаторов изменчивости внешней среды, раскрыта сущность предложенных катализаторов. Определена экономическая сущность и виды стратегии субъекта малого предпринимательства. Раскрыто содержание основной задачи формирования стратегии субъекта малого предпринимательства в условиях изменчивости внешней среды. Обосновано, что основой успешной реализации стратегии субъектов малого предпринимательства является использование дополнительных возможностей франчайзинга в условиях объединения их в кластеры.

Представлены результаты анализа статистического материала в сфере функционирования малых предприятий. Установлены корреляционные связи между типом хозяйственной активности крупных промышленных предприятий и уровнем активности субъектов малого предпринимательства. Сделан вывод о прямой зависимости между уровнем промышленной активности и объемами деятельности предприятий малого предпринимательства. Установлено наличие связи между уровнем эффективности функционирования субъектов малого предпринимательства и уровнем инвестиционной привлекательности. Усовершенствован научно-методический подход к выделению и количественной оценке условий формирования стратегии субъекта малого предпринимательства. Предложены научно-методические рекомендации по проведению объемного SWOT-анализа условий формирования стратегии субъекта малого предпринимательства в составе кластера. Разработана матрица выбора стратегии субъекта малого предпринимательства как участника кластерного объединения предприятий в условиях изменчивой внешней среды, что позволяет оценить последствия принятых решения как для отдельного субъекта, так и кластера в целом.

Обоснованы методические положения, касающиеся формирования стратегии субъекта малого предпринимательства. В качестве основной задачи формирования стратегии в рамках кластера определено получение синергетических эффектов. Установлено наличие высокой вероятности отказа от реализации договора франчайзинга, что приводит к потерям для всех участников кластера. Усовершенствован порядок обоснования величины компенсации расходов франчайзи по организации и ведению бизнеса по договору франчайзинга. Особенностью расчета является учет затрат и прибыли франчайзи, а также ликвидационной стоимости имущества. Разработан концептуальный подход к оценке интенсивности стратегического развития субъекта малого предпринимательства. Предложенная методика апробирована

в условиях кластера субъектов малого предпринимательства машиностроительного комплекса. Выполнен прогноз уровня интенсивности стратегического развития для ряда малых предприятий. Акцентируется внимание на том, что предлагаемый концептуальный подход обеспечивает достижение необходимого уровня рентабельности, положительную динамику его репутации, рост рыночной стоимости.

Ключевые слова: стратегия, предприятие, субъект малого предпринимательства, внешняя среда, франчайзинг, кластер

SUMMARY

Kvilinskyi O.S. Strategy formation of a small business in a volatile external environment. – Manuscript.

Thesis for the candidate of economic sciences in specialty 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (by Types of Economic Activity). – Donetsk National Technical University under the Ministry of Education and Science of Ukraine, Donetsk, 2014.

The thesis is devoted to the development of scientific and methodological foundations and the development of scientific and practical recommendations for the creation of a small business strategy in a volatile external environment.

Economic nature and types of strategies of small businesses in the changeable conditions of the environment are verified. Theoretical propositions to clarify the content of the factors of small businesses are developed. Subjective and objective content catalysts variability is revealed. Economic nature and types of strategies of a small business are defined.

Correlation between the type of case by the economic activity of industrial enterprises and the level of activity of small businesses is established. Scientific methodical approach to the isolation and quantification of conditions of formation of a small business strategy is improved. Scientific guidelines for the volumetric of SWOT-analysis are suggested. Selection matrix strategy of small business as a member of a cluster of business combination under volatile external environment is built.

Methodical positions in the formation of a small business strategy are justified. Procedure for determining the value of compensation costs franchisees organization and business franchisee is improved. Conceptual approach to assess the intensity of strategic development of a small business is developed.

Keywords: strategy, enterprise, small business, the external environment, franchising, cluster

Віддруковано на ризографі
ТОВ фірма “ДРУК-ІНФО”
Підп. до друку 21.02.2014 р.
Умов. друк. арк. 0,9
Наклад 100 прим. Замовлення № 154
83001, м. Донецьк, вул. Артема, 58, к. 113
тел. 335-64-55