

Г.Б. Мирошниченко, к.е.н., доцент
(Національний авіаційний університет, Україна)

Формування функціонального середовища підприємницької структури

Розглянуто теоретичні аспекти формування функціонального середовища підприємницької структури. Запропоновано бізнес-процес управління формуванням функціонального середовища підприємницької структури.

Сучасні економічні умови та виклики, які ставить перед перед суспільством України війна, вимагають удосконалення всіх методів ефективного управління підприємницькою структурою. Підприємництво в умовах воєнного стану є значною мірою обмеженим і залежить від численних факторів, які відіграють роль у визначенні його успішності.

Одним із способів покращення економічного стану країни є всебічна підтримка державою підприємництва, через формування ефективного функціонального підприємницького середовища, оскільки економічний розвиток країни тісно пов'язаний з успішністю бізнесу.

Середовище функціонування організації як відкритої соціально-економічної системи стає, отже, визначальним фактором її існування та одним з головних визначників системи управління підприємницькою структурою [1]. Функціональне середовище бізнесу складається із сукупності функцій, необхідних даних фірмі для виконання стратегічних, оперативних і кон'юнктурних установок [2]. Тобто, функціональне середовище підприємництва визначається взаємодією підприємства з різними сторонами свого зовнішнього середовища, такими як клієнти, постачальники, конкуренти, уряд та інші організації та групи.

В таблиці 1 наведено характеристики впливу елементів зовнішнього середовища бізнесу на ефективність функціонального середовища підприємництва. Так як ключовим елементом формування функціонального середовища підприємницької структури є взаємодія з клієнтами, постачальниками, конкурентами, урядом та іншими організаціями та групами, то успішна взаємодія з клієнтами передбачає розуміння їхніх потреб та вимог, а також активне впровадження маркетингових стратегій та політики ціноутворення (див. табл.1).

Таблиця 1

Характеристика елементів зовнішнього середовища бізнесу

Елемент	Характеристика	Вплив
1	2	3
Клієнти	Основне джерело попиту на товари та послуги, які пропонує підприємство.	Клієнти впливають на виробничий процес, ринок збуту, цінову політику та маркетингові рішення підприємства.

Продовження таблиці 1

1	2	3
Постачальники	Організації або особи, які забезпечують підприємство ресурсами та матеріалами, необхідними для виробництва продукції або надання послуг	Постачальники впливають на якість та вартість матеріалів, що використовуються в виробництві, а також на терміни та умови поставок.
Конкуренти	Організації, які працюють в тому ж галузі та пропонують подібні товари та послуги.	Конкуренція впливає на ринкову позицію та стратегію розвитку підприємства.
Держава	Уряд та громадські організації	Впливають на підприємство через законодавство, фінансові пільги, регулювання та інші впливи, які впливають на роботу та розвиток підприємства.
Технології та інновації	Джерело конкурентоспроможності продукції	Впровадження новітніх технологій та інновацій є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку підприємства

Ефективна співпраця з постачальниками забезпечує стабільний потік необхідних ресурсів та матеріалів, а також вчасне та якісне їхнє надходження. Аналіз та оцінка конкурентного середовища дозволяє підприємству розробити ефективну стратегію розвитку та диференціювання своєї продукції або послуг. Взаємодія з урядом та громадськими організаціями дозволяє отримати фінансову та правову підтримку, а також впливати на законодавче середовище для покращення умов діяльності підприємства. Впровадження новітніх технологій та інновацій є ключовим фактором для забезпечення конкурентоспроможності та стабільного розвитку підприємства. Створення ефективного функціонального середовища вимагає постійного моніторингу та аналізу змін в зовнішньому середовищі, а також гнучкості та адаптивності підприємства до цих змін.

Формування функціонального середовища підприємницької структури – це процес створення оптимальних умов для роботи всіх функціональних підрозділів компанії, які спільно забезпечують реалізацію стратегічних цілей підприємства.

Для забезпечення ефективної взаємодії функціонального середовища діяльності підприємства з зовнішнім підприємницьким середовищем можна сформувати наступний безперервний управлінський бізнес-процес, в якому взаємопов'язані основні етапи формування функціонального середовища

підприємницької структури (див. рис.1):

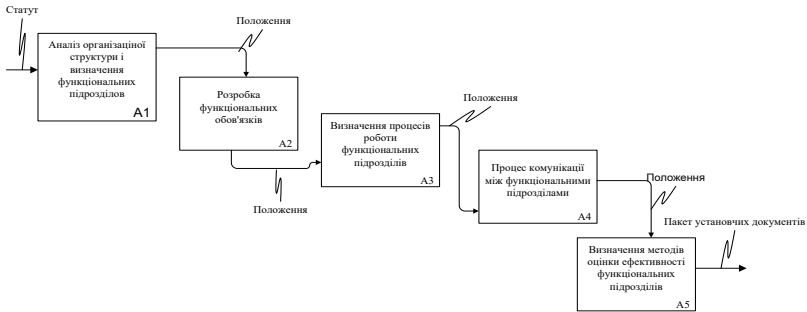


Рис. 1. Бізнес-процес формування функціонального середовища підприємницької структури

1) аналіз організаційної структури підприємства та визначення функціональних підрозділів. На цьому етапі необхідно визначити, які функціональні підрозділи повинні бути створені в компанії та які функції вони виконуватимуть.

2) розробка функціональних обов'язків. Кожен функціональний підрозділ повинен мати чітко визначені обов'язки та функції, які він повинен виконувати. Це дозволить уникнути дублювання функцій та конфліктів між різними підрозділами.

3) визначення процесів роботи функціональних підрозділів. Необхідно визначити, які процеси повинні бути розроблені в рамках кожного функціонального підрозділу, щоб забезпечити ефективну роботу компанії в цілому.

4) створення комунікаційної системи між функціональними підрозділами. Для забезпечення ефективної роботи компанії необхідно встановити чітку систему комунікації між функціональними підрозділами та забезпечити можливість взаємодії між ними.

5) Визначення методів оцінки результатів роботи функціональних підрозділів. Для оцінки ефективності роботи кожного функціонального підрозділу.

Ці етапи бізнес-процесу дозволять підприємству створити ефективне функціональне середовище, яке допоможе досягти бізнес-цілей та забезпечити стабільну роботу всіх систем підприємницької структури.

Список літератури

1. Пан Л.В. Середовище функціонування організації як основна категорія стратегічного управління. *Наукові записки. Економічні науки*. 2002. Т.20. С. 37-45.
2. Остапчук А. Д., Збарська А. В. Організація підприємницької діяльності у фірмі: навч. посібник К.: КиМУ, 2015. 273 с.