

УДК: 316.3

Шикалов Д.К.¹

Баршацька Г.Ю.²

¹ студ. гр. СН-412м НУ «Запорізька політехніка»

² канд. соц. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ УПРАВЛІННЯ МАЛИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління, як і будь-який інший вид діяльності, вимагає своєї конкретної оцінки, визначення його ефективності. Авторитетні дослідження, які були проведені західними фахівцями, надавали розбіжні висновки стосовно впливу управлінського персоналу на ефективність організацій. Лише недавно провідні компанії визнали, що менеджери здатні зробити вирішальний внесок у досягнення організаціями успіху.

Специфіка успішного підприємництва в малому бізнесі полягає у багатогранній діяльності бізнесмена, який ризикнув відкрити і вести свій бізнес і готового відповідати за результати своєї діяльності. Підприємець (він

же власник), у багатьох випадках є одночасно менеджером, економістом, маркетологом, фінансистом, виробничником, юристом і повинен вміти самостійно приймати рішення з урахуванням кожної з перерахованих ролей.

Управління на малих підприємствах має деякі тонкощі в порівнянні з менеджментом середньої і тим більше великого бізнесу. Це пояснюється особливими нормами права, що регулюють діяльність суб'єктів малого підприємництва, особливими формами обліку, іншими рівнями грошового і товарного обороту, чисельністю персоналу (адже, чим менше людей працює на підприємстві, тим, у багатьох випадках легше організувати швидку та плідну взаємодію між ними).

Мале підприємництво є цілком самостійною і найбільш типовою формою організації економічного життя суспільства зі своїми перевагами, недоліками і закономірностями розвитку. Функціонування на локальному ринку, швидке реагування на зміну кон'юнктури цього ринку, безпосередній зв'язок із споживачем, вузька спеціалізація на певному сегменті ринку праці та послуг, можливість почати власну справу з відносно малим стартовим капіталом – всі ці риси малого підприємництва є його перевагами, що підвищують стійкість на внутрішньому ринку.

Для малого підприємства, яке має на меті працювати на локальному ринку, актуальними є такі принципи:

- пріоритет споживача (надійне обслуговування, зручність, швидкість);
- висока якість роботи;
- доступні ціни;
- наслідування лідерів;
- ототожнювання співробітників із фірмою: кожен працівник – це «людина фірми»;
- постійний пошук альтернативних варіантів діяльності фірми;
- застосування новітніх способів стимулювання праці;
- здійснення програм довготривалого професійного розвитку ключових працівників;
- опора на особисті контакти працівників із зовнішнім середовищем;
- постійна і цілеспрямована підтримка індивідуальної ініціативи працівників фірми.

Малий бізнес, діє в умовах нестійкої середовища. Домогтися успіху тут неможливо, якщо чекати змін і потім на них реагувати. Керівники, менеджери малого бізнесу повинні діяти як підприємці. Це означає, що заповзятливий менеджер активно шукає можливості, домагається змін та вдосконалення роботи фірми, не боїться ризику, пов'язаного з організацією нового підприємства або розробкою нових ідей, продукції, виду послуг.

Відповідно цим цілям менеджер не тільки сам повинен бути підприємцем, але і прагнути культивувати дух підприємництва на

підприємстві, в колективі, створюючи атмосферу справді творчої діяльності, даючи простір для використання індивідуальних здібностей кожного співробітника.

Таким чином, мале підприємство, що розраховує не тільки на виживання, а й на успішну діяльність, повинно мати підприємницьке управління, тобто менеджер повинен мати не просто хороші якості керівника, а й володіти якостями підприємця, творчим ставленням до справи, проявляти ініціативу, постійно прагнути до новаторства, пошуку нетрадиційних рішень і можливостей, і, що особливо важливо, постійно бути готовим до ризику і пошуку способів його подолання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Захарчин Г. Механізм формування організаційної культури на підприємстві. *Формування ринкової економіки в Україні*. 2019. Вип. 19. С. 241–248.
2. Менеджмент: теорія і практика / за ред. А.А. Мазаракі та ін. Харків: Атіка ЛТД, 2017. 584 с.
3. Осовська Г.В. Основи менеджменту: навч. посіб. Київ: Кондор, 2016. 664 с.