

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ У РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

© Щур О.М., 2006

Проаналізовано особливості вирішення проблеми адаптації підприємств в ринкових умовах. Запропоновано власний підхід до розуміння поняття адаптації підприємств до зовнішнього середовища. Подано визначення статичної та динамічної адаптації, а також розглянуто маркетингову діяльність як основний засіб адаптації підприємства до ринкових умов.

The features of the problem of the industrial enterprise's adaptation to the conditions of the market relations is analyzed in this article. It proposed the personal point of view to the conception of the enterprises adaptation to the external environment. The definitions of static and dynamic adaptation are offered and the marketing activities are considered as the basic means of the adaptation to the market conditions.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні об'єктивно створює нові умови функціонування для підприємств різних форм власності. Закономірно, що це обумовлено значним впливом зовнішнього середовища на діяльність організацій. Успіх діяльності підприємства здебільшого залежить від постійного і систематичного аналізу потреб ринку, вивчення яких сприяє розробці ефективних товарів з особливими властивостями, призначених для конкретних груп покупців. Ці особливості товару відрізняють його від товару конкурента і в такий спосіб забезпечують виробникові стійку конкурентну перевагу. З метою поліпшення економічної ситуації підприємствам необхідно постійно насичувати ринок товарами і послугами, які користуються високим попитом, боротися за споживача, розширювати ринок збуту, постійно оновлювати продукцію, що випускається, розширюючи коло не тільки покупців, але й асортиментних груп товарів, а також підвищувати їх якість.

Сьогоднішній етап формування ринкових відносин в Україні зумовлює для підприємства потребу утворення і реалізації якісно нових структур і механізмів управління. Більшість великих вітчизняних промислових підприємств, які мали налагоджену систему виробничо-господарської діяльності, планування і обліку, виявилися нездатними "вижити" в ринкових умовах, значною мірою через неадекватну і несвоєчасну реакцію на постійні зміни зовнішнього середовища, а також на нові вимоги ринку. З вказаних причин підприємство слід розглядати як складну відкриту систему, що має динамічний характер, на розвиток якої впливає не тільки кількість та якість її елементів, різних чинників виробництва та характер взаємозв'язку між ними, але й вплив зовнішнього середовища, яке дуже часто диктує умови діяльності підприємств і визначає його подальший успіх. Сьогодні недостатньо аналізувати рівень розвитку підприємства лише за ступенем досконалості його системи машин, рівнем забезпечення трудовими, матеріальними, фінансовими чи іншими ресурсами, якістю організації виробничого процесу чи управлінських рішень внутрішнього характеру. Зрозуміло, що підприємство повинно мати значний, потужний і якісний виробничий потенціал, тому що це є основною причиною і вагомою складовою його успішного функціонування. При цьому підприємство повинно постійно оцінювати ступінь відповідності свого виробничого потенціалу та власних можливостей щодо виготовлення певної продукції кількісним і якісним потребам та вимогам сучасного ринку. В іншому випадку життєвий цикл розвитку підприємства може опинитися на стадії спаду чи навіть повного занепаду. Наприклад, підприємство може виготовляти доволі якісну продукцію, але в ринкових умовах господарювання вона є морально застарілою і тому не користується належним попитом. Крім того,

сам попит на продукцію певного виробника може знижуватися через появу нового конкурента (товару чи фірми-виробника), через невдалість вибору ринку збуту продукції або внаслідок низького рівня поінформованості споживача про цей товар.

Усе сказане викликає нагальну потребу змінювати практичний підхід до управління підприємством з метою забезпечення його максимальної адаптації до ринкових умов господарювання. Нові методики та механізми оцінки результатів виробничо-господарської діяльності підприємства потрібно розробляти, враховуючи як його власні внутрішні можливості, так і конкретні вимоги зовнішнього середовища. Підприємство необхідно розглядати як складну динамічну систему, що розвивається і адаптується відповідно до нових ринкових умов господарювання. Отже, ми можемо говорити про підприємство як про “адаптивну систему”. Аналіз та оцінка результуючих показників діяльності підприємства як “адаптивної системи” господарювання теж будуть вагомими і доцільнішими для виявлення головних недоліків у процесі функціонування та розробки стратегічних напрямків подальшої діяльності з метою уникнення або зменшення негативного впливу зовнішнього середовища і задоволення його вимог.

Закономірно, що усе тече, і усе змінюється. Тому підприємствам слід розробляти сучасні, нові методи управління виробничо-господарською діяльністю своїми можливостями з метою їх повного використання не лише в кількісному аспекті, але й в якісному, тобто в максимальній адаптації до ринкових умов господарювання, яка буде передумовою і головною причиною успішного розвитку чи процвітання підприємства.

Однак сьогодні в економічній теорії немає однозначного підходу до визначення і розуміння понять “адаптація підприємства” чи “адаптивна система”, не існує розробленого інструментарію оцінки показників ефективності функціонування підприємства як “адаптивної системи”, а тому немає і практичної реалізації на підприємстві ефективних механізмів адаптивного регулювання діяльності підприємств в ринкових умовах господарювання. Вважаємо це значним недоліком у процесі функціонування підприємств і однією з основних причин низького рівня його роботи.

З огляду на вищесказане виникає потреба у пошуку нових ефективних напрямків роботи підприємства з формуванням і залученням адаптивних механізмів впливу і регулювання ринку як зовнішнього середовища, що стане запорукою подальшого успіху діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізуємо сучасні підходи провідних вчених-економістів до розуміння поняття “адаптація” та “адаптивна система” в економічній теорії.

В економічній енциклопедії під адаптацією розуміють “приспособлення економічних систем та їх окремих суб’єктів до умов зовнішнього середовища, що змінюється, виробництва, праці, обміну, життєвих потреб населення” [1, с. 24].

Р.Л. Сатановський пов’язує поняття “адаптації” в машино- і приладобудуванні з розв’язанням задач взаємного пристосування підсистем “продукція” і “виробництво” з метою максимального використання потенційних можливостей кожної з них [2, с. 33].

Проблему адаптації розглядають роботи таких вітчизняних і зарубіжних вчених: В.А. Забродського, П.А. Іващенко, Т.С. Клебанової, В.І. Скурихіна, С. Біра, У.Р. Ешбі та ін.

Загалом поняття адаптації виникло на основі дослідження біологічних систем. У подальшому адаптацію розглядали переважно в кібернетиці. Зокрема, В.І. Скурихін, В.А. Забродський та Ю.В. Копейченко під час аналізу концепції адаптивної системи управління виробництвом розглядають “адаптацію в кібернетиці як накопичення, використання інформації для досягнення оптимального в деякому роді стану або поведінки системи за початкової невизначеності і змінних зовнішніх умов” [3, с. 5].

Ті самі автори під час аналізу адаптації систем управління машинобудівним підприємством розрізняють пасивну, активну, параметричну і структурну адаптації математичного забезпечення АСУП [3, с. 5]. Вчені-економісти вважають, що для виробничих систем адаптація до майбутнього розвитку об’єкта і середовища – невід’ємна ознака. Проявляється вона насамперед завдяки здатності людини приймати рішення з врахуванням досвіду і моделювання можливих ситуацій [3, с. 15]. Одночасно слід зауважити, що В.І. Скурихін, В.А. Забродський та Ю.В. Копейченко зводять

поняття “адаптації” виробничих систем до адаптації математичного забезпечення в АСУП. Вони виділяють “...параметричну і структурну адаптацію математичного забезпечення АСУП. Параметрична адаптація доволі поширена в практиці створення бібліотеки стандартних програм, системи обробки даних “Бастай” тощо. Структурна адаптація забезпечується за допомогою модулів (підпрограм), які мають властивості параметричної адаптації. Кількість і різноманіття модулів вибирається достатнім для реалізації тієї або іншої функції в межах існуючої системи” [3, с. 5].

Отже, адаптація для АСУП забезпечується автоматично. Однак між АСУП і підприємством, як виробничою системою, існує істотна різниця. А тому поняття “адаптації” для підприємства слід розглядати ширше, беручи до уваги не лише характеристики його складових, які в результаті визначають стан функціонування підприємства, але й аналізувати характер впливу ринку як зовнішнього середовища на процес адаптації підприємства.

В економічній теорії найбільш поширені розробки поняття “адаптація” та “адаптивна система” для автоматизованих систем управління (АСУ) та технічних систем. В.І. Скурихін, В.А. Забродський та Ю.В. Копейченко, розглядаючи процес проектування систем адаптивного управління виробництвом, описують “схему і сутність адаптації в технічних системах”.

А.В. Овечко, В.Л. Петренко і В.Н. Тимохін, аналізуючи моделі і методи адаптивної економіки, вважають, що “...адаптація в економічних системах проявляється у здатності системи зберігати в процесі розвитку істотні параметри незмінними, в певних межах їх варіації, незважаючи на різноманітність впливу зовнішнього середовища” [4, с. 7]. У цьому випадку не вказується конкретно механізм регулювання процесу адаптації, не аналізується ринкове середовище, яке визначає і задає правила усім процесам адаптації підприємств. Крім того, адаптація завжди приводить до певних змін, і не завжди збереження незмінності стану чи елементів виробничої системи є вичерпною умовою процесу адаптації. Це може бути лише у разі, якщо підприємство вже повністю адаптувалось до зовнішнього середовища, випускає конкурентоспроможну продукцію, має значний конкурентний вплив на споживача, партнерів, а тому нічого не потребує змінювати.

Ландіна Т.В. у дослідженні організаційно-економічних механізмів адаптації підприємства до ринкових умов господарювання зазначає, що “...суттю адаптації підприємства до умов ринку є пристосування та гнучке реагування його систем на зміни, які відбуваються у зовнішньому оточенні та визначаються реформуванням і розвитком економіки” [5, с. 7]. Автор справедливо обґрунтовує потребу та необхідність підвищення адаптованості підприємства до ринкового середовища. “Останнє означає пристосовуваність різних систем підприємства до умов ринку і передбачає відповідність кінцевих результатів виробництва – рівня якості продукції, обсягу продаж, ефективності виробництва – вимогам часу” [5, с. 20].

Ми згодні з розумінням сутності поняття “адаптації” підприємства до ринкових умов господарювання Ландіної Т.В. Однак вважаємо, що його слід розширити з врахуванням потреби визначення основного адаптаційного механізму. Крім того, на нашу думку, поняття “адаптація” для підприємства повинно бути більш широким, ніж його розуміння як просто поняття “пристосування”.

В сучасних умовах підприємство повинно розробляти стратегічні напрямки своєї діяльності. Дуже часто ринкове середовище є несприятливим для функціонування і розвитку підприємств. Це може бути обумовлено багатьма причинами – падінням попиту на продукцію, появою нових конкурентів тощо. Однак це не означає, що підприємство повинно пристосовуватись до цих умов. Вважаємо, що підприємство повинно розробляти такі управлінські механізми своєї роботи, які створять йому можливість не лише нейтралізувати та ліквідувати негативні впливи зовнішнього середовища, проводити їх прогноз та аналіз з метою регулювання, але й забезпечать контроль і управління ринковим середовищем. Це, безумовно, потребує від підприємства не лише аналізу ринкового середовища, але й встановлення рівня відповідності між наявними потребами та його можливостями їх задовольняти.

Перелік підходів та розумінь поняття адаптації під час аналізу специфіки проектування чи розвитку економічних систем можна було б продовжити. Однак з вищеперелічених тверджень можна вже зробити висновки про розуміння “адаптації” в сучасній економічній теорії:

по-перше, багато вчених-економістів аналізують поняття “адаптації” в умовах функціонування автоматизованих систем управління (АСУ);

по-друге, адаптацію пов’язують з основними принципами роботи технічних систем, вважають її невід’ємною ознакою їх роботи;

по-третє, адаптацію підприємства аналізують як процес пристосування, без зазначення головного механізму цього процесу, за рахунок якого він відбувається. Вважаємо, що розуміння сутності поняття “адаптації” повинно бути обґрунтовано більш конкретно, з врахуванням і зазначенням основного механізму чи регулятора адаптаційного процесу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є обґрунтування власного розуміння поняття адаптації підприємств до сучасних умов формування ринкових відносин, а також виявлення та аналіз основного механізму, за допомогою якого на підприємстві створюються належні умови для його адаптації до змін ринкових ситуацій.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо власний підхід до розуміння понять “адаптація” і “адаптивна система” управління підприємством в ринкових умовах господарювання.

В сучасних умовах реформування економіки України розробка і реалізація виробничих планів підприємства здійснюється у досить нестійкому зовнішньому середовищі. Активна взаємодія підприємства з економічним середовищем безперервно змінює умови реалізації планових рішень та можливості їх реалізації. Найбільш істотними чинниками, які негативно впливають на діяльність підприємств, є зміна конкурентної стратегії на ринку, відслідковування характеру попиту на продукцію, що виготовляється, нестабільність постачання матеріальних та інших видів продукції, і, як наслідок, можливі зриви виробництва, простоювання обладнання, низький рівень завантаження його виробничих потужностей. Зрозуміло, що на діяльність підприємства може впливати також недостовірна інформація про зовнішнє середовище або повна її відсутність. Для того, щоб ефективно управляти підприємством як системою виробничих ресурсів, потрібна достовірна інформація про особливості зовнішнього середовища, специфіку його елементів, можливості їх зміни.

Нестабільність зовнішнього середовища і невизначеність інформації про нього дуже часто приводять до обставин, за яких реалізація планів підприємства є неможливою. Тому для забезпечення стійкості функціонування в ринкових умовах господарювання для підприємства виникає нагальна потреба зміни системи управління. Вдосконалена система управління підприємством повинна мати такі адаптивні властивості, які б уможливили швидко та гнучко реагувати на різноманітні зміни зовнішнього середовища.

Ми вважаємо, що поняття “адаптація” в умовах діяльності підприємств повинно охоплювати ширше коло завдань організації, ніж тільки її пристосування до змін зовнішнього середовища. Сам процес пристосування повинен бути обумовлений особливостями діяльності підприємства, його техніко-економічними, нормативними чи організаційними особливостями, рівнем інформаційного забезпечення про зовнішнє середовище. Тобто підприємство повинно заздалегідь мати властивості та характеристики свого виробничого потенціалу, які дають можливість йому гнучко реагувати на зміни зовнішнього середовища та наблизити кінцеві результати своєї діяльності до потреб та вимог ринку як зовнішнього середовища підприємства.

Пропонуємо оцінювати та аналізувати рівень адаптації підприємства до ринкових умов господарювання за досягнутими рівнями його “статичної” та “динамічної” адаптації. Вважаємо, що динамічна адаптація підприємства – це процес пристосування до різноманітних змін зовнішнього середовища (зміни кон’юнктури ринку, поява нових конкурентів, зрив матеріальних поставок тощо), яке загалом є похідною “статичної” адаптації, залежить від рівня її якості, а також від її особливостей. Ми аналізуємо “статичну” і “динамічну” адаптацію, враховуючи ті міркування, що увесь процес адаптації для підприємства до ринкових умов господарювання не може мати автоматичного характеру, як зазначають деякі провідні вчені-економісти.

Процес адаптації повинен бути заздалегідь підготовлений підприємством. Результати його адаптації до умов ринкового господарювання залежать переважно від особливостей самого підприємства, рівня забезпеченості його фінансовими, матеріальними, трудовими чи інформа-

ційними ресурсами. Отже, будь-яка адаптація зводиться до процесу “самонавчання”, потребує певної підготовки. Особливо це стосується підприємства, як однієї із складних, відкритих, динамічних систем “виробничих ресурсів”. Адаптація підприємства до зовнішніх умов не є автоматичним процесом, який може бути створений через технічні механізми багатофункціонального призначення для АСУ, гнучких виробничих систем чи модулів. У цьому разі потрібно проаналізувати діяльність підприємства як складної системи виробничих ресурсів з метою розуміння можливості його адаптації до зовнішнього середовища.

Дамо тлумачення поняття “статична адаптація”. Вважаємо, що для забезпечення ефективного регулювання ринковим середовищем, така адаптація є первинною по відношенню до “динамічної адаптації”.

В сучасних умовах формування ринкових відносин підприємства будь-якої форми власності є спрямоване на випуск продукції чи надання послуг, які мають порівняно високий рівень конкурентоспроможності і користуються належним ринковим попитом на них. З цією метою підприємства повинні мати значний виробничий потенціал, який залежить від кількості та якості його виробничих ресурсів (фінансових, трудових, технічних, інформаційних), а також від рівня досконалості їх поєднання між собою, що в кінцевому рахунку впливає на загальні результати його роботи.

“Статична адаптивність” підприємства є основою і причиною забезпечення належного рівня пристосування підприємств до змінних ринкових ситуацій, тобто для реалізації його “динамічної адаптації”. Зрозуміло, якщо підприємство використовує застарілі технології виробництва продукції або має високий рівень морально та фізично зношеної системи машин, не проводить маркетингового аналізу потреб ринку, не “відчуває” конкурентної ситуації, то таке підприємство, можливо, налагодить випуск продукції, яка не користується ринковим попитом, а отже, не має збуту. Тому у цьому випадку підприємству важко адаптуватись до зовнішнього середовища.

“Статична адаптивність” підприємства повинна забезпечити йому належний рівень пристосування до змін внутрішнього характеру з метою ефективного функціонування. Пофакторний аналіз підприємства як виробничої системи з метою визначення поняття “статична” та “динамічна” адаптація є недоцільним, оскільки на діяльність підприємства насамперед впливає рівень організації забезпечення їх за кількістю та якістю, а також організаційний рівень поєднання цих чинників у процесі виробництва.

Механізми адаптації підприємства до зовнішнього середовища повинні забезпечити високий рівень його статичної та динамічної адаптації до ринкових умов господарювання.

Загалом на підприємстві повинні бути створені і реалізовані на практиці механізми, що забезпечують його високий рівень гнучкості в організації виробничого потенціалу, чи виробничих ресурсів з метою максимального використання та наближення їх можливостей до ринкового потенціалу.

З іншого боку, підприємство повинно розробити та реалізувати заходи, які дають змогу регулювати вплив зовнішнього середовища з метою забезпечення зростання або стабілізації рівня розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності в сучасних умовах господарювання.

Як зазначалося вище, забезпечення статичної та динамічної адаптації підприємства є необхідною умовою загальної адаптації підприємства до змін зовнішнього середовища.

Вважаємо, що рівень адаптації підприємства до ринкових умов буде високим, якщо виробничі можливості підприємства будуть максимально наближені до ринкових можливостей або до ринкового потенціалу. Основним засобом забезпечення такої відповідності виробничих та ринкових можливостей стане реалізація ефективної маркетингової діяльності на підприємстві.

Сьогодні маркетингову діяльність можна вважати важливим засобом адаптації підприємств до ринкових умов господарювання. Такий висновок є очевидним. Адже маркетинг означає (в перекладі з англійської) ринок, а тому вся маркетингова діяльність скерована на дослідження усіх елементів і складових ринку – від споживача до конкурента. Відомо, що маркетинговою діяльністю потрібно займатись з моменту початку виробництва товарів. А тому, маркетингова діяльність є

важливою передумовою адаптації підприємства до зовнішнього середовища і головним індикатором та регулятором різноманітних адаптаційних механізмів у діяльності підприємства.

Маркетинг розглядають як систему управління виробництвом і реалізацією товарів, які орієнтовані на ринок. Це означає, що в основі прийняття будь-яких рішень підприємства – організаційного, технічного чи управлінського характеру – повинна лежати маркетингова інформація про ринок, на якому безпосередньо реалізується товар підприємства. Маркетингову діяльність розглядають у двох аспектах. По-перше, – це управлінський маркетинг, який координує усю управлінську діяльність підприємства. В його основу покладено принцип максимального задоволення потреб і вимог ринку. Усі функції підприємства повинні бути підпорядковані цьому завданню. Управлінський маркетинг сприяє виробництву продукції, яка користується попитом і витримує конкуренцію. Виконання цих умов підвищує рівень адаптації підприємства до ринку.

По-друге, маркетингова діяльність носить суто ринковий характер. У цьому випадку вона забезпечується насамперед через реалізацію функцій товароруху та товаропросування, які здійснюються через рекламну діяльність, сервісне обслуговування покупця, гнучку цінову політику, маркетингову дію на споживача.

Усі відомі принципи маркетингової діяльності сприяють підвищенню рівня адаптації підприємств до ринкового середовища. Зокрема, перший принцип – це достовірність інформованість про ринок, прогноз динаміки зміни його складових, аналіз конкурентного середовища. Другий принцип – це пристосування до ринку за рахунок випуску продукції, яка користується попитом (тобто цей принцип заперечує стратегію “виробництво заради виробництва”, а ініціює стратегію “виробництво заради збуту”). Третій принцип – це дія на ринок через вплив на споживача, сегмент ринку, конкурентів, через стимулювання збуту продукції або реалізацію різних маркетингових стратегій.

Завдяки дотриманню цих принципів реалізується уся маркетингова діяльність шляхом дослідження ринку; розробки і планування асортименту продукції; організації товароруху та товаропросування.

Отже, закономірно впливає визначення маркетингу як системи розробки та реалізації комплексу заходів, спрямованих на постійне пристосування підприємства до змін ринкового середовища. Тому вважаємо, що організація маркетингової діяльності підприємства є важливим механізмом його адаптації до ринкових умов господарювання.

Висновки і перспективи подальших досліджень. З усього вищевикладеного у роботі можна зробити висновок про те, що процес адаптації підприємств повинен починатись з етапу розробки продукції та початку її виробництва. У процесі функціонування підприємства важливим управлінським механізмом забезпечення високого рівня адаптації підприємства до зовнішніх умов господарювання є належна організація маркетингової діяльності підприємства та підвищення ефективності роботи маркетингових служб шляхом наближення виробничих можливостей підприємства до ринкових потреб, що значно підвищить адаптаційний рівень функціонування підприємства.

У цій роботі запропоновано власний підхід до розуміння понять “статична” та “динамічна” адаптація. При цьому вважаємо, що основними умовами забезпечення високого рівня адаптації підприємств до ринкових умов господарювання є:

- 1) наявність та підвищення рівня гнучкості організації виробничого потенціалу чи виробничих ресурсів підприємства з метою наближення їх можливостей до ринкового потенціалу;
- 2) розробка та реалізація заходів, які дають змогу регулювати вплив зовнішнього середовища з метою забезпечення зростання або стабілізації рівня розвитку підприємства через підвищення конкурентоспроможності продукції;
- 3) наявність та підвищення ефективності функціонування маркетингової служби підприємства.

Перспективи подальших досліджень проблеми адаптації підприємств до ринкових умов господарювання можна визначити так.

По-перше, доцільно чіткіше сформулювати понятійний апарат і напрямки вирішення поставленої проблеми, оскільки запропоновані методологічні підходи до розуміння поняття адаптації в ринкових умовах господарювання носять переважно загальний характер і потребують подальшого конкретного вдосконалення.

**Основні показники розвитку малих промислових підприємств
в Україні за 2000–2003 рр.**

	2000	2001	2002	2003
Кількість малих промислових підприємств, одиниць	34497	37652	40795	43303
у % до попереднього року	*	109, 15	108, 35	106, 15
Середньорічна кількість працюючих на малих промислових підприємствах, тис. осіб	362, 9	389, 1	422, 5	446, 8
у % до попереднього року	*	107, 22	108, 58	105, 75
у розрахунку на одне підприємство, осіб	10	10	10	10
Частка малих промислових підприємств у загальній кількості малих підприємств, %	15,83	16, 12	15, 95	15, 88

Здійснивши регіональний аналіз розміщення малих промислових підприємств на основі статистичних даних, можна стверджувати про нерівномірне їх розміщення на території України. Регіони з найбільшою кількістю малих промислових підприємств показані на рис. 1.

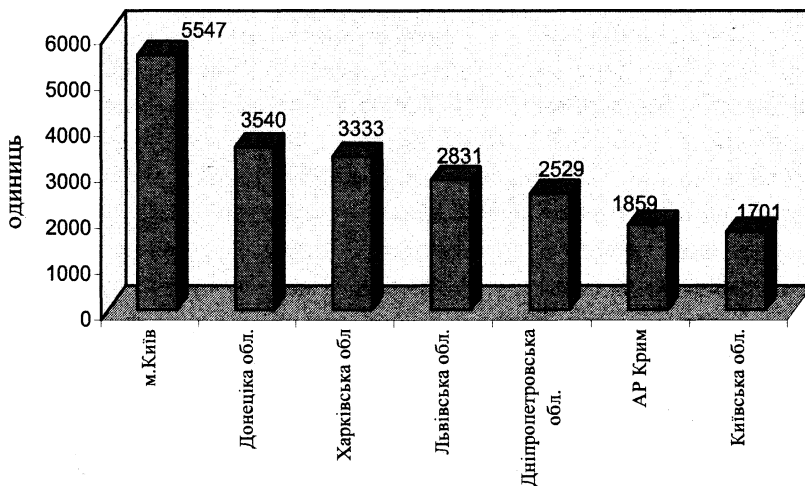


Рис. 1. Кількість малих промислових підприємств у деяких регіонах України за 2003 рік

Як свідчать наведені дані, Львівська область займає четверте місце після м. Києва та основних промислових районів (Донецьк та Харків) у промисловому виробництві малими підприємствами.

Подальший аналіз здійснено на основі промислових підприємств Львівської області.

Для розв'язання завдань в умовах визначеності найбільш прийнятними є економетричні моделі, побудовані на рівняннях регресій. Для розв'язання задач в умовах ризику краще застосовувати методи теорії ймовірностей і математичної статистики. В умовах невизначеності використовувати методи математичного моделювання досить складно. Більш доцільним є застосування теорії ігор і "байєсівський підхід".

На основі апробації моделей кореляційно-регресійного аналізу автором визначені фактори позитивної та негативної дії на розвиток малих та середніх підприємств, а також отримані кількісні оцінки впливу істотних чинників на показники, що визначають комерційний успіх підприємств малого і середнього бізнесу України. Зокрема, побудований за 5-річний період (2000–2004 рр.) тренд показує яскраво виражену тенденцію до зростання обсягу реалізованої продукції, виготов-