

ние и один поток всех составляющих деятельности для достижения устойчивой рентабельности в заданных временных пределах, как правило, на 5-7 лет и более.

В ходе претворения в жизнь этих действий, вероятно, встретится немало неожиданностей. Предприятию нужно контролировать проводимые мероприятия, чтобы быть уверенными в конечном достижении целей. Можно выделить три типа контроля: контроль за исполнением годовых планов, контроль прибыльности и контроль за исполнением стратегических установок. С помощью этих систем фирма следит за рынком и приспосабливается к нему. Приспосабливается фирма и к своей собственной среде, состоящей из посредников, поставщиков, конкурентов и контактных аудиторий. И наконец, она приспосабливается к макросреде – демографическим и экономическим, политико-правовым, технико-экологическим и социально-культурным факторам. При разработке и позиционировании своего предложения на целевом рынке фирма принимает в расчет все обстоятельства и силы, действующие на рынке [5, с.58].

**Выводы.** В результате анализа резервов повышения качества продукции можно сказать, что на качество товаров влияют такие группы факторов как внешние и внутренние. Внешние, так же как и внутренние факторы, самым существенным образом влияют на качество выпускаемой продукции и поэтому необходимо, чтобы показатели качества отвечали следующим основным требованиям: способствовали планомерному повышению эффективности производства; учитывали современные достижения науки и техники и основные направления технического прогресса в отраслях народного хозяйства; были стабильными; характеризовали все свойства продукции, обуславливающие ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением.

Новейший подход к стратегии предпринимательства заключается в понимании того, что качество является самым эффективным средством удовлетворения требований потребителей и одновременно с этим - снижением издержек производства.

#### Источник и литература

1. Информационные Интернет сайты - [www.standard.ru](http://www.standard.ru), [www.marketingmix.ru](http://www.marketingmix.ru), [www.beermarket.ru](http://www.beermarket.ru)
2. Харченко Т. Якість виробів як засіб задоволення потреб споживача і забезпечення конкурентоспроможності продукції// Економіка Фінанси Право – 2003. – Вип. 3 – с.3-5
3. Савчук С.И. Уровень конкурентоспособности и результаты конкурентной борьбы: проблема корректного использования показателей// Актуальні проблеми економіки. – 2004. - №6 – с.124-131
4. Управление качеством / под ред. С.Д. Ильенковой. – М: ЮНИТИ, 1998

#### Данилова О.М., Танцюра М.Ю.

### ВДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ АДЕКВАТНОГО РЕАГУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА НА ЗМІНИ РИНКОВИХ ПОТРЕБ

*Постановка проблеми.* Для успішного управління промисловим підприємством необхідно раціонально організувати виробничий процес. Організація виробництва товарів і послуг з урахуванням постійної мінливості ринкових переваг повинна бути достатньо гнучкою і здатною забезпечити своєчасну реакцію підприємства на дані зміни. Формування і реалізація такої реакції пов'язана з рішенням цілого ряду взаємозв'язаних питань інформаційного, економічного, управлінського, організаційного, виробничого характеру, які вище керівництво підприємства повинне вирішувати оперативним, грамотним, погодженим. Саме з цієї причини функціонування в умовах ринкових відносин вимагає комплексного підходу до питань вдосконалення управління їх виробничою діяльністю. Такий підхід може бути реалізований в межах певної моделі взаємодії вищого керівництва підприємства, здатній забезпечити адекватну реакцію виробництва на зміни ринкових потреб.

*Аналіз останніх публікацій.* Досвід роботи вітчизняних підприємств показує, що на більшості з них управління виробництвом ведеться „по-старому” з недостатньою націленістю на споживача. Виробнича і маркетингова служби підприємств часто відстоюють свої приватні інтереси, відсовуючи на другий план рішення сумісної задачі по виробництву і реалізації користуючогося попиту на ринку продукту. Недостатньо глибоко проводяться на підприємствах маркетингові дослідження, адже саме результати цих досліджень дозволяють формувати систему стратегій підприємства (корпоративна, ділова, функціональна), на основі реалізації яких формується стратегічна поведінка підприємства, що забезпечує зрештою його розвиток. Як результат – втрачається так необхідний для забезпечення розвитку підприємства прибуток, відчувається постійний брак оборотних коштів.

Таке положення викликає необхідність якісного перегляду принципів управління виробництвом на промислових підприємствах і розробки моделі адекватного реагування промислового виробництва на зміни ринкових потреб. З цієї точки зору рішення даного питання для вітчизняної промисловості є актуальною і насущною проблемою.

Дослідженню питання ефективності управління виробництвом присвячена велика кількість публікацій. Великий внесок в рішення проблеми пошуку шляхів підвищення ефективності промислового виробництва був зроблений такими зарубіжними економістами, як Р. Дж. Болт, Д. Ліндсей, П. Друкер цілий ряд інших. Різні аспекти механізму підвищення ефективності управління виробництвом підприємств досліджували також вчені України і країн СНГ (В. Е Акбердін, Р. Е Баженов, О. А. Бурбело, М. Е. Залманова, Н. В. Кизяків, А. І. Семененко, І. Ю. Кандаурова, О. І. Певцова, Ю. Р. Лисенко, З. В. Белый і ін.). Логіку сучасних уявлень

про ефективне управління виробництвом можна звести до наступних аспектів ефективності управління [1, с.247-249]:

1. Внутрішня ефективність – ефективність з погляду використання внутрішніх можливостей організації або з погляду управління внутрішніми ресурсами (витратами і капіталом).
2. Зовнішня ефективність – ефективність з погляду використання зовнішніх можливостей організації.
3. Загальна ефективність - ефективність двох її складових: внутрішньої і зовнішньої.
4. Ринкова ефективність – наскільки повно задовольняються запити споживача.

Проте, не дивлячись на широкий спектр наявних робіт з даної тематики і достатньо глибоке опрацювання вищезгаданої проблеми, на сьогоднішній день не існує єдиної думки з цього питання.

**Мета і задачі дослідження.** Мета даної статті полягає в наступному. Необхідно виробити комплексний підхід до рішення проблеми ефективності управління промисловим виробництвом і на його основі розробити модель адекватного реагування виробництва на зміни ринкових потреб. Для цього необхідно вирішити ряд задач:

1. Провести аналіз існуючих структур виробництва, визначити найефективнішу з них.
2. Сформувані вищу ланку управління виробництвом і структурну ієрархію.
3. Побудувати модель адекватного реагування виробництва на зміни ринкових потреб.

**Результати дослідження.** Для того, щоб успішно вести виробництво необхідно, перш за все, побудувати виробничий процес в просторі, тобто визначити виходячи їх особливостей виробництва найефективнішу структуру підприємства. Виробнича структура характеризує розподіл праці між підрозділами підприємства і їх кооперацію. Вона робить істотний вплив на техніко-економічні показники виробництва, на структуру управління підприємством, організацію оперативного і бухгалтерського обліку.

Виробнича структура підприємства динамічна. В межах вдосконалення техніки і технології виробництва, управління, організації виробництва і праці удосконалюється і виробнича структура. Вдосконалення виробничої структури створює умови для інтенсифікації виробництва, ефективного використання трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, підвищення якості продукції.

Відомі три типи виробничої структури промислового підприємства: предметний, технологічний і змішаний (наочно-технологічний) [2, с.279-280].

Найефективнішою структурою виробництва є змішана: структуризація виробництва по даній схемі дозволяє розширити предметну і змішану спеціалізацію, організувати роботу цехів і ділянок при високому завантаженні устаткування, централізувати допоміжні підрозділи підприємства.

Проте сама по собі структура виробництва не може розв'язати проблему підвищення ефективності виробництва. Необхідно створити модель управління виробництвом, яка могла б забезпечити необхідну якість зв'язків в структурі виробництва і реалізацію адекватної реакції на зміни переваг замовників продукції підприємства.

Система управління виробництвом вітчизняних підприємств зорієнтована на „штотухающий тип”, коли готовий продукт створюється без урахування потреб і конкретних термінів його реалізації. Проте в сучасних умовах господарювання без виконання цих вимог неможливо забезпечити прибуткову роботу підприємства. Це вимагає якісно нового підходу до систематизації управління виробництвом [3, с.192-193]. Для його реалізації була розроблена модель адекватного реагування виробництва на зміни ринкових потреб (рис.1).

Для здійснення контролю над виробничо-господарською діяльністю підприємства першим керівником використовуються дані управлінського обліку. Що виявляються при цьому „вузькі місця” призводять до постановки стратегічної (перспективної) і тактичної (оперативної) мети і задач, які можуть бути реалізовані за умови тісної взаємодії виробничої і маркетингової служб. Досягнення даної взаємодії забезпечується координацією діяльності функціональних керівників технічної, виробничої і збутової сфер діяльності підприємства, здійснюваної директором.

Застосування даної моделі дозволяє раціонально розподіляти

В компетенцію директора входить контроль над виробництвом і збутом продукції. Дана процедура базується на певних стандартах і критеріях. Як стандарт для її здійснення використовується виробничий облік, який покликаний стежити за витратами виробництва і доходами підприємства і виявляти можливі резерви підвищення рентабельності виробничо-господарської і фінансової діяльності. Він повинен чітко і детально відображати всі процеси, пов'язані з виробництвом і реалізацією продукції на підприємстві. Саме тому для ухвалення рішень на рівні директора використовуються дані виробничого обліку, які дозволяють визначати можливості виробництва, зіставляючи їх з ринковими потребами.

Контроль над потребами замовників, реалізований на основі даних відповідного обліку, покладається на заступника директора по маркетингу. В його безпосередньому підкоренні знаходиться відділ маркетингу, через діяльність якого здійснюється стратегічне управління виробництвом. Метою стратегічного управління виробництвом є визначення позиції керівництва підприємства, напрямів його діяльності і засобів досягнення мети. Реалізація вказаних дій безпосередньо пов'язана з результатами планування маркетингу [4, с.129-131]. Стратегічне управління виробництвом є центральним з погляду здійснення діяльності по отриманню певного доходу [5, с.645]. Воно служить основою для тактичного управління виробництвом, за допомогою якого досягається визначені на етапі стратегічного управління мета керівництва.

**ВДОСКОНАЛЕННЯ МОДЕЛІ АДЕКВАТНОГО РЕАГУВАННЯ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА  
НА ЗМІНИ РИНКОВИХ ПОТРЕБ**



**Рис.1.** Модель адекватного реагування виробництва на зміни ринкових потребностей

Для успішної реалізації поставлених задач необхідно підтримувати на необхідному рівні конкурентоспроможність продукції, що випускається, контроль над якою здійснює головний інженер. Його основним інструментом при ухваленні рішень є дані обліку НІОКР. Апробація результатів НІОКР і управління конкурентоспроможністю продукції реалізується через діяльність експериментальної ділянки, яка безпосередньо підлегла головному інженеру.

Безпосередній контроль виробництва, здійснюваний на основі використання даних оперативного обліку, знаходиться в компетенції заступника директора по виробництву. Головна задача оперативного обліку полягає в забезпеченні відповідності об'ємів продукції і термінів її виготовлення, що випускається.

Даний вид обліку повинен відображати динаміку процесу виготовлення продукції, як в цілому, так і на різних етапах її виробництва. Дані оперативного обліку, що використовуються даним керівником при ухваленні рішень, дозволяють гнучко реагувати на потреби замовників і здійснювати тактичне управління виробництвом. Мета тактичного управління виробництвом полягає в забезпеченні випуску запитаної продукції при мінімальних витратах на її виготовлення [6, с.371].

Застосування даної моделі при управлінні виробництвом дозволяє забезпечити постійну орієнтацію на споживача, яку можна відобразити в наступному принципі: „Виробляйте те, що потрібне споживачу, а не намагайтеся продати йому те, що вам вдалося провести” [7, с.184]. Цей принцип виражає найважливішу мету підприємства, від реалізації якій сьогодні залежить його існування.

**Висновки.** Таким чином, запропонована модель управління виробництвом на основі реалізації пропонуваного заходу є не тільки умовою виживання підприємств на ринку, але і заставою інтенсивного розвитку його господарської системи в цілому. При цьому слід зазначити наступне:

1. Вдосконалення структурної організації виробництва є однією з обов'язкових умов, без виконання якої неможливо створити модель ефективного управління виробництвом. Найефективнішою структурою виробництва є змішана структура, застосування якої дозволяє забезпечити зниження собівартості продукції, що випускається. Це, у свою чергу, є однією з головних умов підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах господарювання.

2. Визначення вищої ланки управління виробництвом, встановлення оптимальної взаємодії між керівниками дозволяє забезпечити стійкі зв'язки в рамках системи управління виробництвом.

3. Побудова системи управління виробництвом на основі запропонованої моделі адекватного реагування виробництва на зміни ринкових потреб дозволить забезпечити тісний зв'язок маркетингу і виробництва, а також ефективне функціонування промислового виробництва в умовах ринкових відносин.

Результати проведеного дослідження показують перспективу подальших досліджень в цьому напрямі. Необхідно вирішити питання про те, яким чином модель адекватного реагування виробництва на зміни ринкових потреб повинна бути вбудованою в систему управління підприємством і який у такому разі повинна бути стратегія керівника підприємства.

#### Джерела та література

1. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации: Учеб. пособие. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 320 с.
2. Семенов А.Г. Классификация стратегических методов повышения эффективности производства // *Держава та регіони*. – 2006. - №3. – С. 277-281.
3. Чумаченко М.Г. Организация производства обеспечивает его эффективность // *Економіка промисловості*. – 2005. - №1. – С. 192-193.
4. Голубков Е.П. Планирование маркетинга // *Маркетинг в России и за рубежом*. - №5. - 2002. – С. 125-143.
5. Кревенс Д. Стратегический маркетинг: Пер. с англ. – Вильямс, 2003. – 742 с.
6. Промышленный маркетинг / Под общей редакцией Пилюшенко В.Л., Раффилда Ш. – Донецк: ДонГАУ, изд.-во „ВИК”, 2003. – 538 с.
7. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: Учебное пособие.- 2-е изд. - М.: ЗАО „Интел – Синтез”, 2000. - 464 с.

#### Жирова И.В.

### АНАЛИЗ ПРИБЫЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ И ПУТИ ЕЁ ДОСТИЖЕНИЯ

Введение. В условиях развития рыночных отношений, характеризующихся своей динамичностью, хозяйствующие субъекты независимо от формы собственности сами планируют свою деятельность и перспективы развития исходя из разработанных ими производственных и социальных задач, спроса и предложения товаров и услуг. Затрачивая свои усилия, применяя свои знания, умения, навыки, вкладывая свои средства на приобретение материальных и нематериальных ресурсов предприниматель стремится окупить свои расходы и желает получить положительный экономический эффект от своей деятельности, в виде абсолютного показателя – прибыли.

Постановка проблемы. Одной из наиболее главных задач на любом предприятии является проблема формирования и получения прибыли. Она является основным показателем оценки эффективности хозяйственной деятельности, так как в ней сосредотачиваются все доходы, расходы, потери, обобщаются результаты хозяйствования. Это произведенный и обязательно реализованный прибавочный продукт, который создается на всех стадиях воспроизводственного цикла, но свою специфическую форму получает на стадии реализации. Прибыль является основным источником пополнения фондов накопления, инвестиций, стимулирования труда, производственного и социального развития предприятия, роста его имущества, собственного капитала и др.

Прибыль отражает положительный финансовый результат. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, снижению затрат. Она сиг-